



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و المجتمع

الموضوع:

الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية
دراسة تحليلية لصفحة مشروع فايسبوك للصحافة

إشراف الأستاذ(ة):

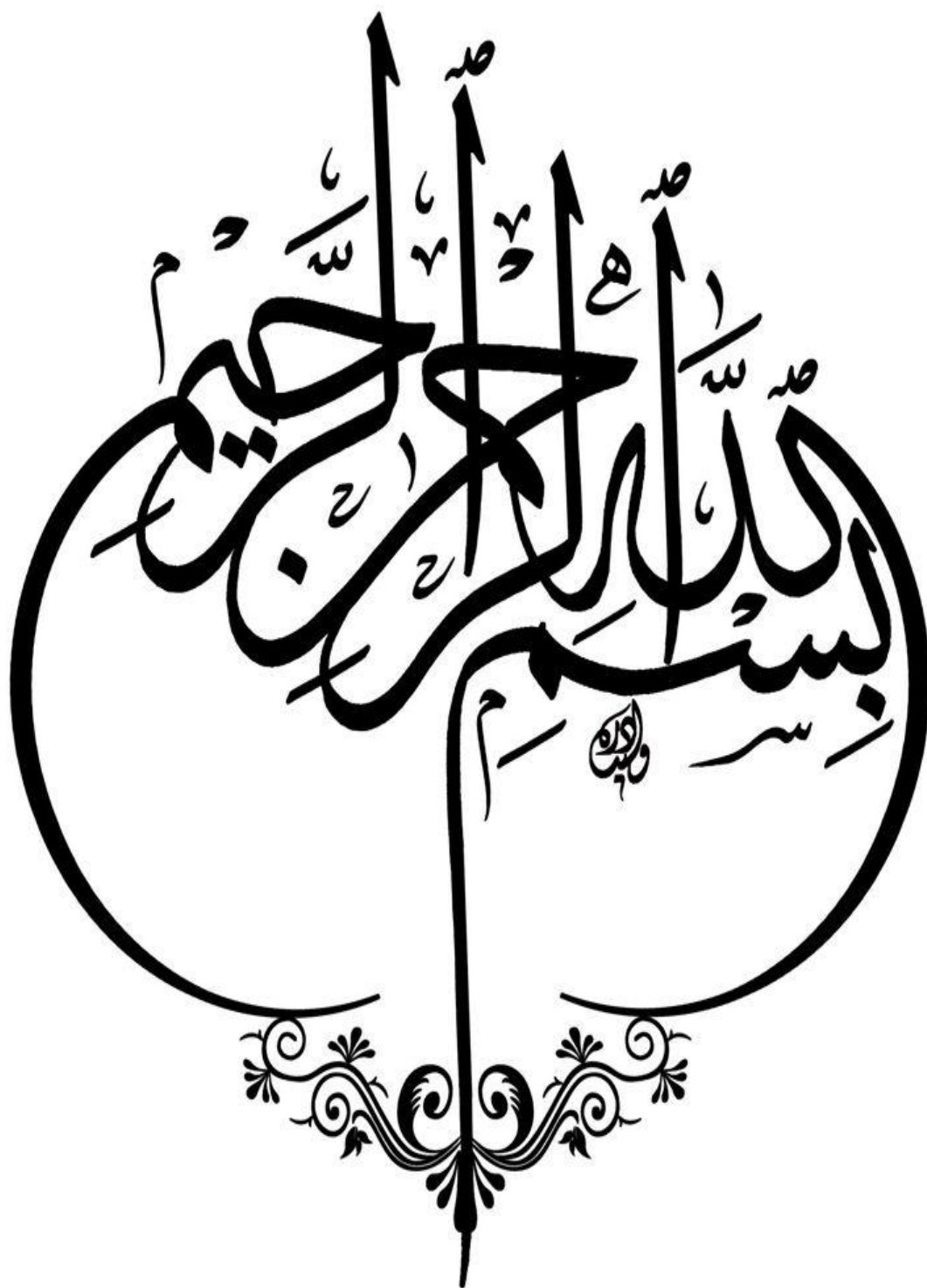
- عبد الرزاق حموش

إعداد الطلبة:

- أميرة قريني

- رباب ثوامرية

السنة الجامعية: 2018/2017



﴿ بسم الله الرحمان الرحيم ﴾

﴿ وَ مَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحِي إِلَيْهِمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴾

﴿ النحل: 43 ﴾

شكر وتقدير

شكر و عرفان

قال تعالى: ﴿ و لئن شكرتم لأزيدنكم ﴾

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة. أما بعد يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى الأستاذ المشرف " حموش عبد الرزاق " على تفضله بالإشراف على هذه المذكرة وكل الجهود التي بذلها. كما لا ننسى في هذا المقام تقديم الشكر للأستاذ " مرزوقي حسام الدين " الذي ساهم أيضا في بناء جزء هام من هذا العمل ، وأشرف على خطواته الأولى ، ولم ييخل علينا بتوجيهاته و نصائحه إلى آخر لحظة . كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، وإلى كل من قدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

رباب

أميرة

إلى صديقتي التي لا تخون إلى حبيبتي التي لا تهجر إلى نبض قلبي الذي به أحياء، إلى شمسي التي تشرق
على أيامي، إلى نور أمني في الحياة، إلى القلب الذي يحمل حزني وفرحي، إلى غاليتي التي كل كلام
الدنيا لا ينصفها، إلى قدوتي في هذه الدنيا، إلى نجمتي وملكتي التي كانت الأم والأب...

إليك أمني أهدي كل أعمالي.

إلى الذي لم أره في المنام ولا في الحياة، إلى الذي يُقال فيه إن غاب فقدت الفتاة فجأة سندها في الحياة
ووقفت على ساق واحدة ثم نضجت، إلى من أحسست بمسؤولياتي تجاهه رغم فقدانه،... لروحك أبي
أهدي هذا العمل. "رحمة الله عليك"

إلى عزيزاي وجبلاي في الحياة إلى قوتي، حصني، أمني وسلامي، إلى عيناي اللذان لا بديل لي غيرهما إلى
أخوأي "نصر الدين" و "عاصم" أهدي هذا العمل.

إلى كل اللحظات الصعبة، إلى كل الأوقات الحزينة، إلى كل من أساء لي، جرحني وظلمني...

إلى كل من حاول تحطيمي، كسري وتدميري...

شكرا فبسيبكم اليوم أنا هنا وأنا ما أنا عليه اليوم.

ل "أنا" التي تبتسم بداخلي، التي تتمسك بأمل الله في غد أجمل لشخصي الذي نسيت نصيبه من
الحب... نعم أستحق

إلى كل العائلة الكريمة وأخص بالذكر "خالي محمد" الذي كان بمثابة الأب لي إلى زوجته والكتكوتة
"تسنيم" حفظها الله إلى كل الأحبة والأصدقاء "فردوس"، "رباب"

إلى كل الأحبة الذين سيحملهم قادم الأيام من خير.

أميرة

إلى والدي.... دوما.

إلى والدتي.... حبا وصونا.

إلى أخواتي.... رفعة وعونا.

إلى أسرتي.... وصديقاتي....

إليك أميرة.... إخلاصا ودعمًا.

وإلى كل من دعمني ولو بكلمة.

وإلى كل من يحبني دون مقابل.

رباب

الملخص:

تتناول هذه الدراسة موضوع الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية، وهي عبارة عن دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على منهج المسح الوصفي التحليلي لجميع المحتويات الصادرة عن صفحة فيسبوك للصحافة خلال الفترة الممتدة من 03 فيفري 2017 إلى 31 ماي 2018 بأسلوب المسح الشامل. وقد انطلق هذا البحث من إشكالية تمثل هدفها الأساسي في التعرف على أشكال الممارسة الإعلامية الجديدة لشركات التقنية.

وعليه فقد تضمنت هذه الدراسة إطارا منهجيا ونظريا، اشتمل على ثلاثة فصول تناولت: إطار الدراسة ومنهجيتها، التحولات الكبرى في المشهد الإعلامي الجديد، والممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصفة. وتناولت في إطارها التطبيقي أدوات التحليل السيميولوجي، الأرخونومي وتحليل المضمون بأسلوبه الكمي والكيفي التي تم تطبيقها على كافة مضامين صفحة فيسبوك للصحافة. وقد خلصت هذه الدراسة إلى نتائج التحليل، أبرزها:

على مستوى المراحل:

1. بداية المشروع كداعم لتوظيف المؤسسات الإعلامية لمنصة فيسبوك بكافة خدماتها ومنتجاتها، مع عقد العديد من الشراكات معها.
2. توسع فيسبوك في المجال الإعلامي الإخباري.
3. ظهور العديد من قصص النجاح الإعلامي من خلال مشروع الفيسبوك للصحافة.
4. ظهور بعض الإشكالات على مستوى الشركة والإطار القانوني الخاص بممارساتها.

على مستوى الأهداف:

1. دعم وتحسين المنتجات الإعلامية.
2. خلق تفاعلية بين الناشرين والمستخدمين.
3. ضمان جودة الممارسة الإعلامية.
4. تقديم رؤية إعلامية جديدة.

وعليه، فشركات التقنية ذات التوجه الإعلامي عموما وشركة فيسبوك على وجه الخصوص تسعى إلى تقديم الإضافة وخلق التميز في المجال الإعلامي عبر مختلف مساعيها المحسدة في شكل منتجات وأدوات تنافسية تضفي ميزة جديدة على الممارسة الإعلامية التي باتت تستند إلى مختلف منتجات هذه الشركات، فشركة فيسبوك باتت فضاء خصبا للممارسات الجديدة المعتمدة على منتجاتها التي تعكس حرصها على اكتساح القطاع وتغيير منظومته بما يخدم توجهاتها التقنية في السوق الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: شركات التقنية، الممارسات الإعلامية، المشهد الإعلامي الجديد، مشروع فيسبوك للصحافة.

Abstract:

This study deals with the subject of new media practices for technology companies, an analytical descriptive study based on the descriptive survey methodology for all contents of the Facebook page of the press from 03 February 2017 to 31 May 2018 in a comprehensive survey. This research was launched from a problem that is the main purpose of the new forms of media practice for technology companies.

Accordingly, this study included a methodological and theoretical framework, which included three chapters dealing with: the framework of the study and its methodology, the major transformations in the new media landscape, and the new media practices of technology companies in light of the changeover. And dealt with the application of the tools of the analysis of the psychological, Argonom and analysis of content in quantitative and qualitative methods applied to all the contents of the Facebook page of the press.

This study concluded with the results of the analysis, the most prominent of which are:

At the level of stages:

1. The beginning of the project as a support for the recruitment of media organizations to the Facebook platform with all its services and products, with many partnerships with them.
2. Expansion of Facebook in the news media.
3. The emergence of many media success stories through the Facebook project for the press.
4. The emergence of some problems at the level of the company and the legal framework for its practices.

At the goal level:

1. Support and improve information products.
2. Create interactive publishers and users.
3. Ensure the quality of media practice.
4. Provide a new media vision.

Therefore, Media-Oriented Technology Companies in general and Facebook in particular seek to add and create excellence in the media through their various endeavors embodied in the form of competitive products and tools that give a new advantage to the media practice that is based on the various products of these companies, Facebook has become a space As a result of the new practices based on its products that reflect its keenness to sweep the sector and change its system to serve its technical direction in the media market.

Keywords: Technology Companies, Media Practices, New Media Scene, Facebook Journalism Project.

قائمة المحتويات.

الصفحة	العنوان
	القرآن الكريم
	شكر وعرfan
	إهداء
	الملخص
	قائمة المحتويات، الجداول والأشكال
أ-ب	مقدمة
17-01	الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها.
03	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
04	أهداف الدراسة
05	أهمية الدراسة
05	أسباب اختيار الموضوع
06	الدراسات السابقة
10	نوع الدراسة
11	منهج الدراسة وأدواتها
14	مجتمع البحث وعينته
16	الإطار الزمني و المكاني للدراسة
16	صعوبات الدراسة
69-18	الفصل الثاني: التحولات الكبرى في المشهد الإعلامي الجديد
20	تمهيد
21	أولاً- المشهد الانتقالي للإعلام الجديد و بروز الأطراف الجديدة
21	1- الاندماج الرقمي
25	2- المشهد الإعلامي الجديد في ظل الاندماج الرقمي
28	3- التوجه التقني الجديد للمؤسسات الإعلامية
35	4- التوجه الإعلامي الجديد لشركات التقنية
47	ثانياً- طبيعة شركات التقنية ذات التوجه الإعلامي

47	1- الشبكات الاجتماعية
54	2- مزودوا خدمة الإنترنت
61	3- مزودوا المحتوى
67	4- التطبيقات الإخبارية
69	خلاصة الفصل
100-70	الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة
72	تمهيد
73	أولاً- التوجهات الجديدة لشركات التقنية نحو ممارسة الإعلام
73	1- التوجه نحو إبرام شراكات تعاونية وصفقات إعلامية
77	2- اعتماد سياسة الإستحواذات والاندماجات
82	3- التوجه نحو إنشاء فرق خاصة
85	ثانياً- التحولات والانحرافات المطروحة نتيجة التوجه الإعلامي الجديد لشركات التقنية
85	1- القضايا والإشكالات: بالنسبة لشركة فيسبوك
85	- الأخبار الكاذبة (قضية الانتخابات الأمريكية والفيسبوك)
88	- أزمة كامبريدج أناليتيكا
94	2 التحولات والانحرافات
94	- على صعيد شركة فيسبوك
98	- على صعيد شركة ألفابت
98	- على صعيد شركة نتفليكس
100	خلاصة الفصل
-101	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة (تحليل صفحة مشروع فايسبوك للصحافة)
131	
103	تمهيد
104	أولاً- التحليل باعتماد أداة تحليل المضمون
104	- التحليل الكمي
114	- التحليل الكيفي
123	ثانياً- التحليل باعتماد أدوات التحليل الأرخونومي

127	ثالثاً- التحليل السميولوجي للصفحة
127	- من حيث مستوى الوصف
127	- من حيث مستوى الإيجاء
129	نتائج الدراسة
129	الإجابة عن التساؤلات
132	الخاتمة
134	قائمة المصادر والمراجع
156	الملاحق

قائمة الجداول.

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
15	المنشورات المدروسة والواردة على صفحة فايسبوك للصحافة	1
104	طبيعة المواد المنشورة في الصفحة	2
105	جدول موضح للألوان المستخدمة في منشورات الصفحة	3
106	جدول خاص بفئة التفاعل مع الصفحة	4
108	جدول موضح لمدى التحيين	5
109	جدول موضح لطبيعة المضامين الإعلامية المنشورة	6
110	جدول موضح للجمهور المستهدف	7
110	جدول خاص بفئة الاتجاه	8
111	جدول يوضح الأطراف الفاعلة في صياغة المضامين الإعلامية	9
112	جدول لمصادر صياغة المنشورات الإعلامية في صفحة مشروع فايسبوك للصحافة	10
123	جدول موضح لمدى تناسب تصميم الصفحة مع مختلف الشاشات	11
125	جدول موضح لأنواع وأنماط الكتابة بالنسبة للغة العربية	12
125	جدول موضح لأنواع أنماط الخطوط في اللغات اللاتينية	13

قائمة الأشكال.

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
113	رسم توضيحي لمصادر صياغة المنشورات الإعلامية في صفحة مشروع فيسبوك للصحافة	1
127	شكل موضح للوغو الصفحة	2

مقدمة

إن التطور التكنولوجي وما أسفر عنه من أدوات وتقنيات ساهمت في تطور العمل الإعلامي وكذا أدت إلى تحسن أدائه، أدى ذلك بدوره إلى تغيير في الأنماط التقليدية في العمل الصحفي الذي ظهرت على مستواه أساليب وأشكال جديدة.

ففي بداية الممارسة الإعلامية، كانت وسائل الإعلام تعتمد على إمكانياتها في تقديم مواد إعلامية تخضع لمعايير الممارسة المستمدة بالأساس من جملة القواعد العلمية التي تضبط الأداء وتحدد معاملة في إطار منظومة إعلامية قائمة بجد ذاتها، تعمل على توجيه مسار الممارسة الإعلامية نحو الاتجاهات المناسبة التي تتوافق مع طبيعة النشاط المهني وكذا مع متطلبات الجماهير المتتبعه للمضامين والمحتويات الإعلامية التي تخضع للتقييم قبل طرحها للاستهلاك الجماهيري.

ويفعل الزخم التقني الحاصل، الذي فرض نفسه على المنظومة الإعلامية التقليدية أين اتجهت فيها المؤسسات الإعلامية إلى تبني التقنيات والمنتجات الحديثة بغية تقديم أفضل الخدمات باستخدام أفضل الابتكارات التكنولوجية في المجال، فقد اتجهت صناعة المشهد نحو توظيف الروبوت، خصائص الذكاء الاصطناعي وحتى 'الطائرات المسيرة Drone Journalism'، كما اعتمدت على تبني أنماط تحريرية جديدة غيرت الأدوار المعهودة في العمل الصحفي الذي فرضت عليه الابتكارات التقنية الجديدة حتمية مواكبة المنتجات الحديثة التي تنتجها شركات التقنية.

هذه الأخيرة 'أي شركات التقنية'، أصبحت تقود الممارسة الإعلامية عبر مختلف المنتجات، التطبيقات، المنصات والأدوات الجديدة التي تقدمها، إذ فرضت نفسها على المشهد الإعلامي الذي غيرت فيه العديد من المسارات سيما تلك المتعلقة بتدفق المعلومات والأخبار التي عوضتها التدفقات الابتكارية والتقنيات الإعلامية الجديدة التي تطرحها للممارسة، فقد أحدثت تحولات غير مسبوقه على صناعة الواقع الإعلامي الذي تعززت أدواته الإنتاجية وكذا تطورت الرؤية فيه بما يتوافق مع المنظور الجديد لشركات التقنية التي أثرت حتى على المكونات والقيم المهنية للعمل الصحفي، الذي بات أداة تقنية تتحكم شركات التكنولوجيا في تقاليدنا بل وتفرض أنماطا مختلفة كلياً على الممارسة، هذا ما دفع بالمؤسسات الإعلامية إلى الاندماج تحت لواء التقنية التي أصبحت تشكل الاحتياج الرئيسي في العمل الصحفي، بحيث راحت تنصهر في بوتقة التكنولوجيا متنازلة بذلك عن العديد من مقومات الممارسة المهنية مقابل الحصول على المبتكرات الجديدة التي تستدعي نمطا معيناً من الأداء.

كما قدمت شركات التقنية مبتكرات كحلول بديلة تضمن الجودة في الممارسات والمنتجات، لذا فقد تحولت إلى قطب متحكم في المعادلة الإعلامية على الرغم من اختلاف أنشطتها الأساسية كشركات للابتكارات الرقمية.

وقد حاولنا من خلال دراستنا، تسليط الضوء على الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية، من حيث المظاهر والأنماط، وعلى اعتبار أن البحث العلمي يستند إلى خطوات بحثية، فقد تم تقسيم الدراسة إلى مجموعة من الفصول، تمثل أولها في **الفصل المنهجي** المتضمن لمشكلة الدراسة ومختلف الإجراءات المنهجية المعتمدة في مثل هذا النوع من الدراسات التحليلية التي ارتكزت على أدوات مختلفة مكنتنا من التوصل إلى نتائج الدراسة.

كما تطرقنا في **الفصل الثاني** إلى جزئيتين، أولهما يتعلق بتلك التحولات الكبرى التي يشهدها الواقع الإعلامي الجديد من خلال التعرف على السياقات الانتقالية التي بدأت مع ظهور الاندماج الرقمي ووصولاً إلى بروز الطرف الجديد في المجال المتمثل في شركات التقنية.

أما في الجزئية الثانية من الفصل، فقد تطرقنا إلى طبيعة هذه الشركات التقنية الممارسة للإعلام، من خلال استعراض مختلف المنصات، التطبيقات والشركات المعنية عبر تقديم تفاصيل تتعلق بطبيعة أنشطتها وعلاقتها بالممارسة الإعلامية.

فيما يتعلق **بالفصل الثالث**، فقد تناول أبرز الممارسات الجديدة لشركات التقنية من حيث تلك التوجهات الجديدة في الممارسة التي اعتمدت على أساليب مختلفة منها الشراكات والاستحوادات، وكذا تناولنا جانب التحولات والانحرافات التي تم تفصيلها في شكل قضايا وتداعيات على مستوى شركات التقنية التي تأثرت بتوجهها الإعلامي الجديد.

أما **الفصل الرابع** الذي يمثل الدراسة التطبيقية، فقد قمنا من خلالها بتحليل صفحة مشروع فيسبوك للصحافة كنموذج إعلامي جديد تطرحه شركة فيسبوك، وقد تم اعتماد ثلاث أدوات للتحليل تلتخص في أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي، أدوات التحليل الأرعونومي، في محاولة لتقديم قراءة لهذا النموذج الصحفي وكذا لإعطاء أبعاد دلالية لمختلف المكونات والعناصر المشكلة للصفحة من خلال تحليل سيميائي للكشف عن الشفرات التي تخفيها أهم العناصر التي تتضمنها واجهة المشروع.

الفصل الأول:

إطار الدراسة ومنهجيتها

1. الإشكالية:

-التساؤلات

2. أهداف الدراسة

3. أهمية الدراسة

4. أسباب اختيار الموضوع

5. الدراسات السابقة

6. نوع الدراسة

7. منهج الدراسة وأدواتها

8. مجتمع البحث وعينته

9. الإطار الزمني والمكاني للدراسة

10. صعوبات الدراسة

1. الإشكالية:

مثلما شهد العالم ثورة صناعية عرفت ظهور العديد من الاختراعات والآلات التي غيرت مسار العديد من المجتمعات، فهو يشهد اليوم ثورة جديدة وهي الثورة التكنولوجية التي تعرف تطورا هائلا ومتسارعا غزى العديد من القطاعات في المجتمع؛ ناهيك عن انخراطها في حياة الجميع سيما وأنها تسجل في كل مرة ميلاد تقنية جديدة بميزات أكثر في ظل تنافس كبير بين شركات التقنية على تقديم منتجات وخدمات بخصائص متعددة تتسم بذكاء أكبر.

هذه الخدمات والتقنيات أثرت على مختلف القطاعات بحيث يعد قطاع الإعلام من أبرزها؛ الذي وبفضل التطورات التقنية المتلاحقة - التي بدورها فرضت نفسها على الصناعة الصحفية- أدى إلى إحداث تحولات بارزة على صعيد المشهد الإعلامي الذي دخلت في صناعته أطراف جديدة برؤى مغايرة، بأدوات ووسائط مختلفة، تقدم أشكالاً وأنماطاً إعلامية متنوعة.

وتعد شركات التقنية من أبرز الأطراف الفاعلة في عملية صناعة المحتوى الرقمي ضمن البيئة الجديدة (البيئة الرقمية)، بحيث تستغل التقنيات الحديثة التي تنتجها وتتخذها كأدوات تنافسية في السوق الرقمية لمواجهة الإعلام التقليدي.

فقد أصبحت شركات التقنية تقدم كماً هائلاً من المواد والمحتويات وبأشكال مختلفة، وهذا ما أدى إلى صياغة واقع جديد مبني على أساس الممارسة التفاعلية مميزة تنفرد بها جملة الخدمات التي تتيحها المؤسسات التكنولوجية، والتي أحدثت من خلالها طفرة تقنية متسارعة على الساحة الإعلامية، سيما من ناحية أساليب الإنتاج وصناعة المعلومات والأخبار، بل وتعداه إلى إحداث تغييرات على مستوى تركيبة المجتمع الافتراضي على اعتباره يتكون من جملة من الفاعلين في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي.

وتعد التطبيقات التفاعلية والشبكات الاجتماعية من أهم الخدمات المنتجة التي دخلت لعبة الإعلام، أين تلعب فيه دوراً محورياً يتجلى من خلال صناعة الأخبار فهي بمثابة المحرك الجديد للقطاع الإعلامي بفعل جملة من الممارسات الجديدة الناتجة عن سياقات مرتبطة بطبيعة البيئة الرقمية المتغيرة باستمرار وأخرى متعلقة بطبيعة التجربة التفاعلية للمستخدمين.

وعليه، فقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي تؤسس لإرساء قواعد وأنماط وكذا معايير غير مسبقة في تكوين المضامين والمحتويات الإعلامية، وتحولت إلى وسائط لجمع الأخبار ومتابعة تفاعلاتها وتداعياتها في إطار البيئة الافتراضية، وأصبحت منصاتاً خصبة لصناعة المحتويات والترويج لها ومرجعاً لغرف إخبارية تقليدية لصياغة معطياتها، وهذا ما أدى إلى تغيير على مستوى وظائفها وتقلص أدوارها وفقاً لجملة من الممارسات المنبثقة عن سياقات جديدة تماماً.

هذه السياقات الجديدة أفرزت بدورها عدة ممارسات تعتمد على أجهزة وأدوات تقنية لتداول المحتويات والأخبار والتي تعد الصحافة التشاركية من أهم تجلياتها، وكمحصلة لعوامل تقنية أدت إلى تغيير النمط الاتصالي التقليدي إلى نمط تتعدد الأطراف المشاركة في صياغته عبر خدمات هدفها الوصول إلى المستخدم، الذي يعتمد بدوره على الهاتف الذكي كجهاز يستغله لمشاركة ما ينتجه ضمن منصات يدعمها هذا الجهاز في إطار التوجه نحو دمج عدة تقنيات مع بعضها لتحقيق الاندماج الإعلامي، انطلاقاً من فكرة الموبايل أولاً، كركيزة للصناعة الإعلامية الحالية وكمراجع مهم لمتابعة المستجدات عبر توفير خدمات وتطبيقات تلغي التوجه نحو الإعلام التقليدي (منها خدمات البث عبر الإنترنت، تطبيقات جمع وتنسيق المحتوى... إلخ)، وبالتالي فشركات التقنية قد خلقت توجهات جديدة بصيغ مختلفة لصناعة المحتويات وصياغة القصص الخبرية عبر إشراك المستخدم في هذه العملية من خلال تخصيص منصات تسهم في ذلك؛ بل الأمر تعداه إلى جعل مثل هذه المؤسسات تغير من طبيعة أنشطتها وكذا تعدل من استراتيجياتها لتحقيق مكاسب ريادية عبر السوق الإعلامي الجديد الذي دخلته بقوة وتحولت في ظرف وجيز إلى أحد أهم الأقطاب التي تقوم بصناعة المشهد الإعلامي وفق منظومة جديدة تسعى لتأسيسها.

لكن هذه الخدمات المقدمة خلقت عدة ممارسات ترتبت عنها تداعيات اتخذت أبعاداً غير مسبقة في البيئة الرقمية، التي امتدت حيثياتها إلى الواقع الفعلي.

وعليه، وبناء على ما تم ذكره، نطرح التساؤل الآتي: ماهي أشكال الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات

التقنية؟

انطلاقاً من التساؤل الرئيس، وبهدف الإحاطة بالموضوع من مختلف جوانبه؛ نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- لماذا تتوجه شركات التقنية نحو صناعة الإعلام؟
- ما هي الآليات التي تتبعها هذه الشركات للدخول إلى قطاع الإعلام؟
- كيف انعكس توجه شركات التقنية نحو الممارسة الإعلامية على المشهد الإعلامي ككل؟
- فيما تكمن تداعيات هذه الممارسات الجديدة على مستوى شركات التقنية في حد ذاتها؟

2. أهداف الدراسة:

يسعى الباحث في كل بحث علمي إلى تحقيق العديد من الأهداف البحثية المسطرة مسبقاً، لذا تكمن أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- الإحاطة النظرية بمختلف جوانب الموضوع، والتعرف على دواعي، أساليب وكذا مساعي شركات التقنية من توجهها الجديد نحو سوق الإعلام.

- محاولة إبراز أهم وأكثر الخدمات والمنصات الجديدة التي تقدمها شركات التقنية للممارسة الإعلامية التي تشهد تغيرات بالجملة منذ ولوج هكذا مؤسسات مجال صناعة المحتويات الصحفية وفق أنماط مغايرة لما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية.
- تسليط الضوء على تداعيات الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية -على اعتبارها الوافد الجديد على الساحة الإعلامية- والتي تحولت إلى قطب فاعل في المجال، إلى جانب محاولة الكشف عن أهم التحولات والانحرافات التي أحدثتها هذه الممارسات وهذا التوجه نحو سوق الإعلام على طبيعة أنشطة شركات التقنية وكذا على المجال الإعلامي.
- محاولة تقديم قراءة تحليلية لمستقبل ومصير الممارسات الإعلامية في ظل التوجه الجديد لشركات التقنية التي تسعى إلى صياغة معايير جديدة تحكم الممارسات.

3. أهمية الدراسة:

يكتسب موضوع الدراسة أهميته نظرا لارتباطه بمجموعة من العوامل والعناصر، تتلخص أبرزها في الآتي:

- الولوج التقني في المشهد الإعلامي وما أحدثه من تغيرات سيما على مستوى الأدوار والوظائف نتيجة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والتي تتيحها شركات متخصصة في التقانة العلمية (شركات التقنية).
- إبراز الأطراف الجديدة أي -شركات التقنية- الفاعلة في صناعة الإعلام والتي تعتمد على أدوات وخدمات رقمية حديثة كأشكال مغايرة للممارسة الإعلامية وفق منظور جديد وبرؤى مختلفة عما كانت عليه.
- دور شركات التقنية في إرساء قواعد وأنماط جديدة غير مسبقة في الممارسات الإعلامية في إطار البيئة الافتراضية.
- التطور التقني الدائم لمختلف المنتجات والمخرجات (من منصات تفاعلية، تطبيقات وخدمات رقمية... إلخ)؛ كأهم الأنماط المشكلة للممارسة الجديدة في الإعلام الجديد الذي تقوده أطراف وأقطاب جديدة.
- على اعتبار الدراسة من المواضيع الجديدة التي تفرض نفسها على صعيد المشهد الإعلامي في ظل تجليات التحول الجديد في أنشطة شركات التقنية التي امتدت إلى التأثير على صيغ وقواعد الممارسات الإعلامية.

4. أسباب اختيار الموضوع:

من بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع، مايلي:

أ- أسباب ذاتية:

- الرغبة في إنجاز الموضوع على اعتباره واحدا من المواضيع المدرجة ضمن مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- الاهتمام الشخصي بكل المستجدات المتعلقة بميدان التكنولوجيات الحديثة.
- المساهمة في إثراء رصيد المكتبة الجامعية بهذا النوع من الدراسات نظرا لجدة الموضوع وطريقة الطرح.

ب- أسباب موضوعية:

- أهمية وجدة الموضوع بالنسبة لمجال الإعلام الجديد.

- ندرة الدراسات والأبحاث التي تعنى بدراسة الأداء الإعلامي والصناعة الإعلامية ككل في ظل الموجة التقنية الحديثة ودخول أطراف جدد على الساحة الإعلامية سيما شركات التقنية.
- تمكين الدارسين مستقبلا من تناول الموضوع برؤى مختلفة وزوايا طرح مغايرة وبالتالي فتح آفاق بحثية جديدة على اعتبار الدراسة بمثابة مدخل عام للموضوع.

5. الدراسات السابقة:

بما أن موضوع الدراسة من المواضيع المستجدة على الساحة الإعلامية، ونظرا لارتباطه بجملة من السياقات والتطورات التقنية التي يشهدها الإعلام الرقمي الذي تغيرت منظومته بما يتماشى مع أهداف شركات التقنية على اعتبارها الفضاءات الإعلامية الجديدة الفاعلة في المجال؛ بحيث باتت تقدم أشكالاً جديدة من الممارسات بوتيرة متسارعة، الأمر الذي مكنها من تحقيق مكاسب قياسية في فترات قصيرة.

أولاً: الدراسات العربية:

- الدراسة الأولى: دراسة الدكتور جمال الزرن بعنوان "الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته"، التابعة لمركز الجزيرة للدراسات، جامعة قطر، 2017¹.

تناولت هذه الدراسة تحليلاً مفصلاً لحالة المشهد الإعلامي الدولي الجديد الذي يعيش تحولات كبرى على صعيد المفاهيم والممارسات في ظل تنامي الأدوار التي يفرضها الإعلام الاجتماعي على المشهد، مما أدى بضرورة إعادة إحداث تغييرات على المنظومة الصحفية على اعتبارها ظاهرة متجددة تغيرت معايير الممارسة فيها مابين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد الذي فرض عدة سياقات رفعت رهان النهايات.

كما سلطت الدراسة الضوء على سيروية العمل الصحفي بعد الاندماج الرقمي الذي شهده مجال الإعلام والذي مع تطور التقنيات تطورت معه الممارسات، فالإعلام الجديد ليس فقط مجرد إعلام حديث على مستوى التقنية بل حدثته تكمن أيضاً على مستوى المضمون أو المحتوى وحتى الأشكال التي تصاغ وتقدم بها.

وقد أكدت الدراسة أن الإعلام الاجتماعي التي تقود فيه شبكات التواصل الاجتماعي المجال الصحفي، أصبحت المصادر الأولى للأخبار بالنسبة للجماهير؛ إضافة إلى تحولها إلى القطب الفاعل في صياغة المشهد الإعلامي سيما فيما يتعلق بتحكمها في طبيعة الوظائف التي تغيرت تدريجياً، ناهيك عن سيطرتها على مختلف العناصر المكونة للعملية الإعلامية.

وقد أفضت الدراسة إلى النتائج التالية:

¹ جمال الزرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، جامعة قطر، 2017،

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html>

1. تحديد معالم العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد تستدعي توفير حدود أو خلفية نظرية لظاهرة الإعلام الاجتماعي وشبكاته التي غيرت فلسفة الإعلام التقليدي.
2. تغير تقاليد الممارسة الإعلامية الجديدة؛ فرض على وسائل الإعلام الاندماج في العالم الرقمي والبيئة الافتراضية، بتحويلها إلى وسائل تواصل رقمية ذكية تتواجد في إطار منصات الإعلام الاجتماعي الذي يقود التوجه للجديد لشركات التقنية.
3. التحولات التي شهدتها المشهد الإعلامي الدولي أدى إلى بروز ممارسات ديمقراطية جديدة للجماهير التي أصبحت منتجا للمواد الإعلامية في إطار البيئة الرقمية.
4. تغيير الإعلام الاجتماعي للمنظومة والثقافة الإعلامية السائدة بتحول شبكاته إلى أحد أهم الأطراف المحركة للإنتاج الإعلامي الجديد.

وقد تمت الاستفادة من هذه الدراسة من حيث جملة التحولات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على المشهد الإعلامي، وتختلف مع دراستنا في عدم التركيز على المواقع الاجتماعية بل تسليط الضوء على كافة شركات التقنية التي تسعى إلى تغيير الثقافة الإعلامية السائدة.

- الدراسة الثانية: للدكتور نواف التميمي بعنوان "نموذج التواصل السياسي لكامبريدج أناليتيكا: فبركة الأخبار وهندسة الجمهور" التابع لمركز الجزيرة للدراسات، معهد الدوحة للدراسات العليا، 2018¹.

تناولت الدراسة أطر واستراتيجيات التواصل وصناعة الأخبار والمحتويات الرقمية التي تنتجها شركات التقنية على اعتبارها الطرف الجديد الذي يقدم إعلاما مختلفا.

كما تستعرض الدراسة مختلف الأطر النظرية للتشكيلات السياسية والاقتصادية؛ والتأثيرات على الرأي العام عبر مختلف الأدوات والوسائل انطلاقا من الوسائل التقليدية وصولا إلى أحدث التقنيات التي تضمنها مختلف المنصات والخدمات الافتراضية التي باتت تلعب دور المؤثر في صناعة القرار المجتمعي وكذا في حشد الرأي العام عبر ما تبثه من محتويات عبر البيئة الرقمية التي يتواجد ضمنها الجماهير على شاكله نشطاء ومستخدمين.

بالإضافة إلى نموذج الأعمال الجديد لشركات الإعلام الاجتماعي والمتمثل في سياسة التحالفات والصفقات التعاونية مع وكالات الدعاية والعلاقات العامة بغرض التحكم في بيانات المستخدمين وتوجيههم وفق ما تسفر عنه التحليلات.

¹نواف التميمي، نموذج التواصل السياسي لكامبريدج أناليتيكا؛ فبركة الأخبار وهندسة الجمهور، مركز الجزيرة للدراسات، معهد الدوحة للدراسات العليا، 2018، <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/05/180508093028286.html>

وقد سلطت الدراسة الضوء على تحول شبكات التواصل الاجتماعي سيما -فيسبوك- إلى وكالات أنباء، وهو الأمر الذي دفع بشركة -كامبريدج أناليتيكا- إلى استغلال الشبكة لهندسة الأخبار المغلوطة لتوجيه الرأي العام بما يتماشى مع مصالح المتعاملين معها كشركة للإستشارات السياسية التي تحولت إلى شركة تحليلات تقنية؛ غيرت مجريات الأحداث الواقعية عبر الأخبار الكاذبة والدعاية على مختلف أشكالها، وهو ما أحدث تحولات أجبرت الكثير من شركات التقنية على الانسحاب من الممارسة الإعلامية.

وقد أفضت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. قوة شبكات الإعلام الاجتماعي في التأثير على الرأي العام عبر استغلال مخلفاتهم من الممارسات الرقمية لحشدهم حول قضية معينة، وبالتالي فقد باتت تلعب دورا جديدا في الإعلام المتمثل في تحريك القضايا لصالح جهات معينة.
2. التوجه الجديد لشبكات الإعلام الاجتماعي نحو عقد صفقات مع وكالات دعائية بغرض تحليل بيانات نشاطها لاستغلالها كأداة لتحقيق أغراض سياسية وإيديولوجية.
3. تلاعبت الوكالات الاستشارية بالفاعلين الاجتماعيين في ظل تغافل شبكات الإعلام الاجتماعي عن دورها في تفعيل آلياتها وأساليبها التقنية، إلى جانب غياب قواعد ممارسة إعلامية منطقية في البيئة الافتراضية نتيجة نماذج الأعمال الربحية التي تسعى خلفها شركات التكنولوجيا.

تلتقي هذه الدراسة مع دراستنا من حيث الاستراتيجيات المعتمدة من قبل شركات التقنية في المجال الإعلامي، وتختلف معها من حيث الآليات والأدوات التي تضاف إلى نماذج العمل التي تستغلها شركات التقنية لتحقيق مساعيها من المجال الإعلامي.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

- الدراسة الأولى: التي أصدرها معهد "رويترز للتقارير والدراسات Reuters Report"، بعنوان: "اضطرابات مقبلة تعصف بالمؤسسات الإعلامية"، 2016¹.

كشفت الدراسة التي طرحتها مؤسسة "رويترز لدراسة الصحافة"، أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت المصدر الأول للأخبار وتحولت إلى مؤسسات كبرى لجني الأموال من الأخبار والإعلانات التي تستقطبها.

¹ معهد رويترز لدراسة الصحافة، 2016 نقلا عن العربي الجديد، رويترز: اضطرابات مقبلة ستعصف بالمؤسسات الإعلامية، 18 جوان

2016، -، %D8%A7%D8%B6%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8-AA-%D9%85%D9%82%D8%A8%D9%84%D8%A9-%D8%B3%D8-AA%D8%B9%D8%B5%D9%81-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A7%D8-AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9

كما سلطت الدراسة الضوء على توجه المؤسسات الإعلامية إلى التواجد عبر المواقع الاجتماعية، وهذا ما جعلها تتعرض لاضطرابات غير مسبوقه في نماذج العمل وأشكاله، فالصعود المتواصل للمواقع الاجتماعية والانتقال إلى الهواتف الذكية كشاشات جديدة فضلا عن ظهور النمط التحريري الجديد المتمثل في القصص الخبرية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. تحول مواقع التواصل الاجتماعي إلى مؤسسات إخبارية.
2. توجه المؤسسات الإعلامية إلى تبني التحولات الجديدة التي أحدثها الإعلام الاجتماعي.
3. مواقع التواصل الاجتماعي سيما المخصصة لتبادل مقاطع الفيديو، أصبحت المرجع الأول للنشطاء الراغبين في مشاهدة جديد الساحة الإعلامية.

وقد تمت الاستفادة من هذه الدراسة من حيث تأثيرات الشبكات الاجتماعية كفضاءات إخبارية جديدة على طبيعة الممارسة الإعلامية ونماذج العمل المعتمدة في غرف الأخبار التقليدية، وتختلف مع دراستنا من حيث استعراضنا لتداعيات تحول الشبكات الاجتماعية إلى منصات إخبارية على المشهد الإعلامي الدولي وخاصة تلك التبعات ذات العلاقة بتأثر مثل هذه المنصات الرقمية بتوجهها نحو صناعة الأخبار.

• الدراسة الثانية: دراسة مخبر "إيركسون للدراسات Ericsson Consumer Lab"، التي جاءت في شكل

تقرير سنوي حول الإعلام الجديد وطرائق الاستهلاك عبر الشاشات الجديدة، 2017¹.

تناولت الدراسة أحد طرائق صناعة المحتوى المرئي عبر منصات البث الحي في إطار البيئة الافتراضية التي غيرت من طبيعة الأشكال المعتادة في عرض المحتويات، الأمر الذي أثر بدوره على طرائق استهلاك المواد المنتجة.

كما سلطت الدراسة الضوء على تطور الثقافة الإستهلاكية للمستخدم بفعل تطور التقنيات والمنصات التي أصبحت تقدم محتويات أصلية وحصرية ضمن نطاقها؛ مقابل دفع مسبق يضمن جودة في الصورة والمضمون.

وقد استعرضت الدراسة أشكال الإنفاق الجديد التي فرضتها البيئة الافتراضية على المستخدم الأمريكي خاصة، بحيث يعتبر هذا الأخير منصة "نتفليكس" من أكثر الخدمات التي توفر المحتوى الأصلي بباقات مختلفة تلي تطلعاتهم الجديدة التي توجهت نحو استهلاك المضمين من منصات البث الحديثة من خلال شاشات يختارونها بدلا من التلفزيون الذي يقدم مضمين بجودة أقل.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

¹Ericsson ConsumerLab, TV And Media 2017 :A consumer-driven future or media, An Ericsson ConsumerAnd Industry Insight Report, October 2017.

1. تطور تقنيات البث وظهور منصات للبث الرقمي تقدم محتويات عالية الجودة، ما أثر على أنماط الاستهلاك وأشكال الإنفاق في المجتمعات المتقدمة.

2. زيادة الطلب على المحتوى الأصلي الذي تبته المنصات الجديدة، أدى ذلك إلى ظهور أزمة اكتشاف المحتوى الذي يسعى المستخدمون إلى تغييره في كل مرة لتحقيق تجربة مشاهدة أفضل عبر خدمات البث الرقمي.

3. نهاية استخدام التلفزيون و بروز شاشات جديدة أكثر محاكاة لتجارب المستخدمين التي باتت تتجه نحو استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي كأحد الممارسات الجديدة التي خلقتها شركات التقنية.

وقد تمت الاستفادة من هذه الأدبيات في العديد من الجوانب سيما تلك المتعلقة بالتحويلات التي يعيشها المشهد الإعلامي في ظل الممارسات الجديدة التي تشرف عليها أطراف أخرى غير وسائل الإعلام والتي تمثلها شركات التقنية، بحيث استعرضت الدراسات المذكورة أعلاه الدور الجديد الذي باتت تلعبه منصات الإعلام الاجتماعي في صياغة المشهد الجديد بمنظور طرح العديد من الإشكالات وغير من طبيعة مجريات المنظومة الإعلامية.

لكن الدراسات السابقة المعتمدة؛ ركزت على الممارسات التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي دون غيرها من الخدمات والشبكات الرقمية، وهذا ما تختلف فيه مع دراستنا التي ستستعرض بالتحليل والتفسير مختلف المنصات، التقنيات وكذا الخدمات التي تقدمها العديد من شركات التقنية كمخرجات جديدة تساعدها على ممارسة الإعلام الذي تسعى إلى إرسائه بقواعد تمكنها من تحقيق الريادة الإعلامية، فضلا عن استعراض أهم التحويلات التي أحدثتها هذه الممارسات الجديدة والتي امتدت تأثيراتها حتى على مستوى شركات التقنية.

6. نوع الدراسة:

من أجل الوصول لنتائج علمية واضحة ودقيقة، فإن الباحث يعتمد في ذلك على أساليب مختلفة وأدوات متنوعة تفيد دراسته، لذا نسعى من خلال دراستنا إلى تحليل الممارسات الإعلامية الجديدة التي خلقتها شركات التقنية، بالإضافة إلى ذلك؛ نهدف إلى تشخيص وتحليل المشهد الإعلامي الجديد في ظل التحويلات التي فرضتها الأدوار الجديدة التي تلعبها هذه المؤسسات في صياغة واقع إعلامي مبني على ممارسات تفرضها عدة سياقات مرتبطة بطبيعة البيئة الرقمية التي تستدعي ممارسات معينة وعليه؛ فإن الدراسة المتناولة تنتمي إلى فئة البحوث الوصفية التحليلية.

تعتبر البحوث والدراسات الوصفية التحليلية نوعا من أنواع البحوث التي تعنى بدراسة الوقائع المتراكمة من حيث الأحداث أو ذات السياقات المترابطة، بحيث ومن خلال التحليل وتقديم القراءات المناسبة للظواهر التي تشتمل في طياتها على نتائج صريحة أو نتائج تحتاج إلى تحليل لاستنتاجها، كما تعنى الدراسات التحليلية بتسليط الضوء على مواضيع وملفات بحثية تشتمل على حقائق تحتاج إلى تفسير وتحليل عميق لفهم سياقاتها والتمكن من التوصل إلى نتائج سليمة.

7. منهج الدراسة وأدواتها:

أ- المنهج المتبع :

يتطلب القيام بأي بحث علمي إتباع منهج واضح يتوافق والموضوع الذي اختاره الباحث ويعرف المنهج العلمي بأنه " الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد والإجراءات والخطوات المنتظمة التي توجه سير العمل البحثي وتحدد عملياته حتى يصل الباحث إلى نتيجة"¹.

كما يعرف المنهج "Méthode" بأنه الطريق التي يسلكها الباحث للوصول إلى معالجة مشكلة الدراسة، والتوصل إلى الأهداف المنشودة².

وتقول "مادلين غرافيتز" (Madline Ggravits) في هذا الصدد: "المنهج هو مجموعة العمليات الذهنية التي يحاول الباحث من خلالها بلوغ الحقائق المتوخاة في علم من العلوم مع إمكانية تبنيها والتأكد من صحتها فالمنهج قبل كل شيء هو أسلوب منطقي ملازم لكل عملية تحليل ترتدي الطابع العلمي، لكونه يجمع أكثر من عملية تتلقى جميعها لبلوغ هدف واحد، فالعمليات الجزئية تصبح مركبة في إطار المنهج، ويتسم كل منها بدور جزئي يخدم بلوغ الهدف الشامل للبحث"³.

وبناء على ذلك، فقد أعتمد في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، حيث تم استخدام أسلوب المسح الشامل لكافة منشورات صفحة الفيسبوك الخاصة بمشروعه للصحافة، "فطريقة المسح الشامل لمجتمع البحث هي الطريقة التقليدية التي كانت تستعملها البحوث والدراسات الإقتصادية والإجتماعية والتربوية، التي تدرس من خلالها جميع وحدات مجتمع البحث التي تتعلق بها الدراسة الميدانية"⁴.

ويعتبر منهج المسح الوصفي (أو المنهج المسحي، كما تسميه بعض المراجع) "جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للمفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين أولتحديد كفاءة الأوضاع القائمة، عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها وإعدادها"⁵.

¹ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام... الأسس والمبادئ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 1986: ص127.

² بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلالي، منهجية العلوم الإجتماعية، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2004: ص27.

³ مادلين غرافيتز نقلا عن فريدريك معتوق، منهجية العلوم الإجتماعية عند العرب وفي الغرب، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ببيروت، 1985: ص5، نقلا عن حموش عبد الرزاق: مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال العلاقات الفرنسية الجزائرية في الصحف اليومية الفرنسية و الجزائرية، جامعة الجزائر، 2013-2014: ص30.

⁴ حسن الساعاتي، تصميم البحوث الإجتماعية، نقلا عن حموش عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص30.

⁵ أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومنهجه، ط5، وكالة المطبوعات، الكويت، 1981: ص279.

لقد اعتمد في هذه الدراسة على أدوات التحليل الأرخونوميوالسيمولوجي، كما تم توظيف أداة تحليل المضمون بأسلوبيه الكمي والكيفي، وبغض النظر عن التكييف المنهجي له حول إن كان منهج أم أداة تحليل وجمع للبيانات، فقد تم استخدامه في هذه الدراسة كأداة بحث ضمن منهج المسح الوصفي.

ب- أدوات جمع البيانات:

الأداة الأولى: تحليل المضمون:

يتم اعتماد تحليل المضمون كأداة بحثية في بعض الدراسات، كما يتم اعتماده كمنهج في دراسات أخرى وذلك بحسب رؤية الباحث لدراسته وكذا بحسب ما تستدعيه طبيعة الدراسة وقد تم استخدامه في هذه الدراسة كأداة، حيث يعتبر تحليل المضمون من أبرز الأدوات المستخدمة من طرف الباحثين في بحوث الإعلام والاتصال للوصول إلى البيانات التي تستخدم في الدراسة.

حيث يعرف تحليل المضمون على أنه "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الإرتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى"¹.

كما يعرف تحليل المضمون حسب رأي عزري عبد الرحمان على أنه "أحدث الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل"².

اعتمد في عملية تحليل المضمون على استمارة اشتملت على الفئات الآتية وعناصرها:

أولاً: البيانات المتعلقة بالصفحة الخاضعة للتحليل وتشتمل على العناصر :

- اسم الصفحة : وهي " صفحة مشروع فيسبوك للصحافة"
- الرابط على فيسبوك : وهو "<https://Facebook.com/facebookjournalismproject>"
- تاريخ النشر : ونقصد به تاريخ ظهور المنشور على الصفحة

ثانياً: بيانات كمية للفئات و عناصرها من حيث الشكل

أ- طبيعة المادة المنشورة التي تشتمل على: صور/فيديو/نصوص/روابط/إعلانات

¹ نسرين حسونة، تحليل المضمون (مفهومه، محدداته، استخداماته)، 2014/05/01، تم التصفح بتاريخ 2018/05/29 بتوقيت 08:30، ص3، <http://www.alukah.net/culture/0/70020>

² عزري عبد الرحمان، تحليل المضمون ومسألة الصدق والثبات، نقلا عن حموش عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص32.

ب- استخدام الألوان: الأبيض /الأسود/الأزرق

ج- التفاعل مع الصفحة الإعجاب/التعليقات/المشاركة/ بينما سجلنا عدد المشاهدات في كل مرة

د-مدى التحيين:يوم/من يومين أسبوع/من أسبوع إلى أسبوعين/ شهر

ثالثا:بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون

1- فئات الموضوع:

أ- طبيعة المضامين الإعلامية:إخبارية/ترويجية/تعليمية/تثقيفية/تحفيزية

ب-الجمهور المستهدف:الجمهور العام للصفحة/الناشرين/المعلنين

ج- فئات الاتجاه: نحو الصحفيين: إيجابي، سلبي، محايد

نحو المعلنين: إيجابي، سلبي، محايد

نحو الناشرين: إيجابي، سلبي، محايد

2- فئات الفاعل:

أ: الأطراف الفاعلة في صياغة المادة الصحفية: ناشرين/معلنين/مستخدمين/صحفيين وهيئات إعلامية

ب: فئة المصدر: هيئات إخبارية/ناشرين/معلنين/خبراء شركة فيسبوك

الأداة الثانية: التحليل السيميولوجي:

يعرف التحليل السيميولوجي على أنه ذلك الإجراء أو الإستراتيجية البحثية التي تستهدف استكشاف الوحدات البنائية للنسق الاتصالي، فإذا كان هذا النسق صورة أرسما، فإن التحليل هنا هو تجزئة مكونات هذه البناءات لمعرفة مدى تماثلها أوتقابلها، ومن ثم معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم هذا البناء والتفاعل الدلالي لهذا النسق"¹.

¹ سيميولوجيا النص والخطاب، 2013/05/23، تم التصفح بتاريخ 2018/05/28 بتوقيت 21:00،

كما يعرفه الباحث الدانماركي لويس يامسلاف Louis Hyemslev بأنه "مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل شيء باعتباره له دلالة في حد ذاته، وبإقامته علاقات مع أطراف أخرى من جهة أخرى"¹.
وتجدر الإشارة إلى أن هذه الأداة مرنة التطبيق بحيث تتعدد وتختلف طرق استعمالها حسب طبيعة المادة قيد الدراسة وبما يستلزمه البحث العلمي.

الأداة الثالثة : التحليل الأرخونومي:

لقد تم الاعتماد على التحليل الأرخونومي لصفحة مشروع الفيسبوك للصحافة بناء على مجموعة من المعايير المستخدمة في النقد الفني للتصاميم الرقمية التي تتعلق بالنواحي التقنية وأخرى بقابلية الاستخدام، للتعرف على مدى خضوع الصفحة للمعايير التي تسهل تجربة الاستخدام وتضمن أفضل ميزة تفاعلية للمستخدمين، وتراوحت هذه العناصر ما بين تلك المتعلقة بكفاءة الصفحة للاستخدام من حيث العناصر المشكلة للهيكل العام للصفحة وأخرى تتعلق بواجهة الاستخدام التي تضمن أفضل الممارسات التفاعلية.

8. مجتمع البحث وعينته:

أ- مجتمع البحث :

إن مجتمع البحث في العلوم الإنسانية يعرف على أنه مجموعة من العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي².

كما يعتبر أيضا مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، والتي تركز عليها الملاحظات³.

وعليه، فإن مجتمع بحثنا يتمثل في شركات التقنية العاملة بقطاع الاتصالات، الإنترنت والشبكات الاجتماعية، والتي تنشط كلها في إطار البيئة الافتراضية ضمن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وبالتالي فالدراسة ستركز على مختلف الأدوار الجديدة التي تمارسها هذه الشركات خاصة تلك المتعلقة بالأشكال والأنماط التي تقدمها في مجال الإعلام الرقمي الذي يعد البيئة التي تنتج فيها الممارسات الجديدة التي سيتم استخلاصها من هذا مجال الذي تمارسه شركات التكنولوجيا عبر خدماتها ومنصاتها أين تعد مخرجات تبناها كأساليب جديدة لصناعة الإعلام الجديد.

¹المرجع السابق نفسه.

²موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية)، ترجمة مصطفى ماضي، ط2، دار القصة، الجزائر، 2006: ص298.

³أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003: ص49.

كما ركزنا على مجتمع الدراسة المتمثل في صفحة مشروع فيسبوك للصحافة، حيث تم اعتماد أسلوب المسح الشامل لدراسة كافة منشورات الصفحة التي يقدر عددها بـ 175 منشورا تم نشرها في الفترة الممتدة من 3 فيفري 2017 إلى غاية 31 ماي 2018.

وقد اشتملت الدراسة المعتمدة على أسلوب المسح الشامل، على دراسة كافة المنشورات المعروضة عبر الصفحة والمقدرة بـ 175 منشورا موزعة بين السنتين 2017-2018، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (01): المنشورات المدروسة والواردة على صفحة فيسبوك للصحافة

الرقم	التاريخ	الرقم	التاريخ	الرقم	التاريخ	الرقم	التاريخ
01	2017/02/03	45	2017/05/10	89	2017/08/30	133	2017/12/12
02	2017/02/04	46	2017/05/10	90	2017/08/30	134	2017/12/14
03	2017/02/04	47	2017/05/11	91	2017/09/01	135	2017/12/19
04	2017/02/06	48	2017/05/12	92	2017/09/06	136	2017/12/21
05	2017/02/07	49	2017/05/15	93	2017/09/14	137	2018/01/03
06	2017/02/10	50	2017/05/17	94	2017/09/15	138	2018/01/03
07	2017/02/14	51	2017/05/18	95	2017/09/19	139	2018/01/04
08	2017/02/21	52	2017/05/19	96	2017/09/19	140	2018/01/10
09	2017/03/01	53	2017/05/19	97	2017/09/25	141	2018/01/19
10	2017/03/02	54	2017/05/22	98	2017/09/26	142	2018/01/26
11	2017/03/06	55	2017/05/22	99	2017/09/27	143	2018/01/29
12	2017/03/07	56	2017/05/23	100	2017/09/28	144	2018/01/31
13	2017/03/08	57	2017/05/24	101	2017/10/02	145	2018/02/08
14	2017/03/09	58	2017/05/25	102	2017/10/03	146	2018/02/21
15	2017/03/10	59	2017/05/26	103	2017/10/03	147	2018/02/22
16	2017/03/10	60	2017/06/01	104	2017/10/04	148	2018/02/27
17	2017/03/13	61	2017/06/02	105	2017/10/04	149	2018/03/01
18	2017/03/14	62	2017/06/06	106	2017/10/04	150	2018/03/05
19	2017/03/15	63	2017/06/08	107	2017/10/05	151	2018/03/07
20	2017/03/22	64	2017/06/08	108	2017/10/05	152	2018/03/08
21	2017/03/24	65	2017/06/12	109	2017/10/09	153	2018/03/15
22	2017/03/27	66	2017/06/12	110	2017/10/11	154	2018/03/16
23	2017/03/27	67	2017/06/13	111	2017/10/13	155	2018/03/23
24	2017/03/27	68	2017/06/14	112	2017/10/16	156	2018/03/26
25	2017/03/28	69	2017/06/15	113	2017/10/18	157	2018/03/28
26	2017/03/30	70	2017/06/19	114	2017/10/19	158	2018/03/29
27	2017/03/31	71	2017/06/21	115	2017/10/23	159	2018/04/03
28	2017/04/03	72	2017/06/23	116	2017/10/24	160	2018/04/05
29	2017/04/04	73	2017/06/26	117	2017/10/24	161	2018/04/05
30	2017/04/05	74	2017/06/28	118	2017/10/26	162	2018/04/09
31	2017/04/06	75	2017/07/10	119	2017/10/30	163	2018/04/12
32	2017/04/07	76	2017/07/11	120	2017/10/31	164	2018/04/13
33	2017/04/10	77	2017/07/12	121	2017/11/01	165	2018/04/16
34	2017/04/14	78	2017/07/20	122	2017/11/06	166	2018/04/17
35	2017/04/21	79	2017/07/27	123	2017/11/10	167	2018/04/18
36	2017/04/24	80	2017/08/03	124	2017/11/15	168	2018/04/24

2018/04/26	169	2017/11/16	125	2017/08/07	81	2017/04/25	37
2018/05/01	170	2017/11/22	126	2017/08/09	82	2017/04/27	38
2018/05/07	171	2017/11/27	127	2017/08/10	83	2017/04/27	39
2018/05/16	172	2017/11/28	128	2017/08/14	84	2017/04/28	40
2018/05/23	173	2017/11/28	129	2017/08/22	85	2017/05/01	41
2018/05/31	174	2017/11/30	130	2017/08/23	86	2017/05/01	42
2018/05/31	175	2017/12/04	131	2017/08/24	87	2017/05/03	43
		2017/12/07	132	2017/08/25	88	2017/05/08	44

المصدر: إعداد الطالبتين

ملاحظة: تشير الخانات الملونة بالأخضر إلى تكرارات النشر في اليوم الواحد، أما الخانات الموضحة باللون الأحمر فتشير إلى تباعد فترات النشر.

10. الإطار الزمني والمكاني للدراسة:

أ- الإطار الزمني:

أجريت الدراسة الميدانية نهاية شهر ماي، كما جرى التحضير لها من خلال جمع المادة الوثائقية (تقارير، دراسات، إحصاءات... إلخ) منذ بداية الفترة البحثية المتزامنة مع بداية السنة الجامعية.

أما موضوع الدراسة، فحدوده الزمانية تنحصر بين ربط الوقائع ذات العلاقة بموضوع الدراسة 'الممارسات الجديدة' التي بدأت ملامحها تبرز تدريجياً منذ بداية سنة 2016 وما صاحبها من تطورات وتبعات وكذا تحولات ملحوظة مطلع السنة الجارية 2018 في الفترة الممتدة من 03 فيفري 2017 إلى 31 ماي 2018.

ب- الإطار المكاني:

نظراً لخصوصية الدراسة وطبيعة البيئة الافتراضية التي تنشط ضمنها منتجات شركات التقنية، فضلاً عن عدم قدرتنا على التنقل الميداني إلى الأماكن التي تتواجد ضمنها هذه الشركات ناهيك عن طبيعة المنهج التحليلي المعتمد الذي يستدعي فهم السياقات والوقائع واستخلاص النتائج منها، فدراستنا اعتمدت بشكل كلي على التحليل والتفسير، إلى جانب الاعتماد شبه الحصري على معطيات البيئة الافتراضية كفضاء خصب تنشط عبره وتمارس فيه شركات التقنية مختلف أنشطتها سيما تلك المتعلقة بمجال الإعلام الجديد، فضلاً عن الاعتماد على صفحة مشروع فيسبوك للصحافة كأمودج للممارسة الإعلامية لشركات التقنية 'شركة فيسبوك'.

11. صعوبات الدراسة:

تواجه أغلبية البحوث والدراسات العلمية العديد من الصعوبات، سيما إن كانت المواضيع المتناولة جديدة من حيث أساليب الطرح وحتى من حيث طبيعة الدراسة في حد ذاتها، وعليه فقد واجهنا العديد من الصعوبات البحثية في هذه الدراسة والتي يمكن اختزالها في الآتي:

- قلة المراجع المرتبطة بشركات التقنية، وكذا توجهاتها الجديدة، وهذا ما دفع بنا إلى البحث في عدة مراجع بحثية أجنبية باعتماد البيئة الرقمية والمواقع الإلكترونية، إضافة إلى اعتمادنا على الترجمة كحل بديل.
- تراكم الأحداث والخلفيات، وترايط السياقات ألزم علينا ضرورة التركيز على التحليل الموضوعي لها وإيجاد نقاط الترابط فيما بينها للتمكن من الخروج بنتائج تخدم الموضوع ككل.

الفصل الثاني:

التحولات الكبرى في المشهد الإعلامي

الجديد

تمهيد

أولاً: المشهد الانتقالي للإعلام الجديد و بروز الأطراف الجديدة.

1. الاندماج الرقمي

2. المشهد الإعلامي الجديد في ظل الاندماج الرقمي

3. التوجه التقني الجديد للمؤسسات الإعلامية

4. التوجه الإعلامي الجديد للشركات التقنية

ثانياً: طبيعة شركات التقنية ذات التوجه الإعلامي

1. الشبكات الاجتماعية

2. مزودوا خدمة الإنترنت

3. مزودوا المحتوى

4. التطبيقات الإخبارية

خلاصة الفصل

تمهيد:

نتيجة للتطورات التقنية المتلاحقة التي شملت كافة القطاعات، سيما قطاع الاتصالات التي تبنت مختلف التقنيات الجديدة من أجل تحقيق قفزة نوعية في طرائق وأنماط التواصل، ونظرا للمكاسب التي يحققها قطاع الاتصالات بفضل توظيفه للتكنولوجيات الحديثة، نجد أن مختلف الهيئات والمؤسسات على اختلاف طبيعتها أنشطتها راحت تتبع نمطا استراتيجيا جديدا يمكنها من تحقيق مساعيها المسطرة لذلك.

ومع ظهور الاندماج الرقمي وما أنجر عنه من تبعات، بحيث أحدثت تغيرات على سيرورة الأنشطة التي تغيرت معالمها بفعل استخدام الأجهزة والبرمجيات الجديدة التي أدت إلى تحسن في الأداء المهني لمختلف القطاعات التي اعتمدا.

ويعتبر قطاع الإعلام من أكثر القطاعات استفادة من المفرزات التقنية الجديدة، إذ توجهت المؤسسات الإعلامية بشكل ملفت إلى تبني وتوظيف التقنيات في مختلف الأدوار والمهام التي يستدعيها المجال، ما أحدث نقلة ملحوظة على عدة مستويات سيما تلك المتعلقة بالممارسات التي أصبحت تعتمد بشكل شبه كلي على التكنولوجيات في ظل التزاوج الحاصل بين مختلف الوسائل.

وعلى صعيد آخر، فشركات التقنية التي قدمت المخرجات التكنولوجية الجديدة التي غيرت من مجريات الأحداث، ساهمت بدورها في تغير العديد من الوظائف سيما تلك التي تعنى بمجال الإعلام الذي دخلته لتحقيق أغراض ريادة وأخرى ربحية، وقدمت في ذلك العديد من المنتجات والخدمات التقنية والرقمية التي سعت من خلالها إلى السيطرة على معايير الممارسة الإعلامية؛ التي تغيرت المفاهيم والوظائف فيها نتيجة للقواعد التي فرضتها الشبكات الاجتماعية، الشركات المزودة بخدمة الإنترنت، الشركات المزودة للمحتوى وحتى التطبيقات الإخبارية التي تمثل تصنيفات لشركات تكنولوجية تمارس الإعلام وتتحكم في منظومته التي تسعى إلى تغييرها وفقا لما يتماشى مع المنطق والفلسفة التي تسير عليها أنشطتها التي اتخذت خطأ جديدا تسير عليه والذي يتمحور حول الاهتمام الجديد بالصناعة الإعلامية كسوق مغرية.

"فمحركات البحث والمواقع الاجتماعية وعالم الرقمنة بات يشكل الرأي العام ويوجهه ويمارس الإعلام بنظرة جديدة لم تفكر فيها وسائل الإعلام التقليدية التي قد تخسر الرهان في أية لحظة¹.

¹تورستن فريكه، أولريش نونفاك، ترجمة عدنان عباس علي، ملف غوغل، عالم المعرفة، 2017: ص 213.

أولاً: المشهد الانتقالي للإعلام الجديد و بروز الأطراف الجديدة:

1. الاندماج الرقمي:

بفعل التحولات المسجلة على مستوى وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، التي جاءت كمحصلة لما أحدثته الثورة المعلوماتية التي فرضت بدورها واقعا جديدا كلياً؛ سواء على مستوى الممارسات أو على مستوى المفاهيم، فهذه الأخيرة –أي المفاهيم- والتي يعتبر مفهوم الاندماج الرقمي من أهم المصطلحات تداولاً وأكثر الدراسات إثارة للجدل في فترات سابقة؛ فعلى اعتباره واحداً من أبرز مفرزات التأثيرات التكنولوجية المتراكمة جراء الدمج بين الوسائل القديمة والحديثة في محاولة لخلق نمط تفاعلي تبادلي جديد تتغير فيه الأنماط كما تتعدد فيه الأطراف الفاعلة، فمنذ ثمانينات القرن الماضي، بدأ الاهتمام الأكاديمي الفعلي للباحثين بدراسة هذا المفهوم الجديد الذي فرض نفسه في ظل انتشار الموجة الرقمية والتقدم التقني الحاصل والمتواصل.

أ: تعريف الاندماج:

- ✓ لغة: " دمج ، دمجاً: أي دخل في الشيء واستحكم فيه، كاندمج وأدمج، فالاندماج يعني التعاون"¹.
- ✓ اصطلاحاً: الاندماج بشكل عام هو اندماج أوتقارب ظاهرتين فما أكثر، ويعد هذا المصطلح الأكثر انتشاراً في عالم تكنولوجيا المعلومات فهو يشير إلى الجمع بين اثنتين أو أكثر من التقنيات المختلفة في جهاز واحد، ومن أبرز الأمثلة عن ذلك؛ التقاط الصور من الهواتف الذكية وتصفح الويب على التلفزيون².

ب: تعريف الرقمنة: DIGITIZATION:

حسب 'شارلوت بيرسي Charlette Bursi': فالرقمنة تشير إلى "منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي"³.

¹ محمد يعقوب الفيروز، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008: ص561.

² Margaret Rose , **Technological Convergence**, visited on 11/02/2018 at 21 :10 [https:// search conveginfrastructure.techtarget.com/definition/convergence](https://search.conveginfrastructure.techtarget.com/definition/convergence)

³ http://numerisations.blogspot.com/2012/05/blog-post_9642.html ?m=1/ vue le 14/05/2017.

ج: مفهوم الاندماج الرقمي:

يشير إلى مفهومين:

- ✓ "يشير إلى التحول من تقنيات الوسائل الإعلامية القديمة التي بدأت بالتلاشي، كنتيجة لتحول التكنولوجيا الرقمية والحوسبة الشبكية (ظهور شبكة الإنترنت)¹.
- ✓ "يشير إلى استراتيجية إقتصادية تقوم بها وسائل الإعلام بالاعتماد على ثلاث عناصر أساسية هي:
 - الحوسبة (Computing): التي تعمل وفق نظام آلي قائم على معالجة المعلومات بوسائل تقنية.
 - نقل المعلومات عبر وسائل الاتصالات (Communication): التي تطورت أشكالها مع ظهور شبكات الجيل الجديد التي سهلت عملية التواصل.
 - المحتوى (Content): الذي يتعلق بمختلف المخرجات المتاحة ضمن نطاق البيئة الرقمية على اختلاف أساليب طرحها والوسائط التي تقدم عبرها².

د: تطور مفهوم الاندماج الرقمي:

عبر تاريخ وسائل الإعلام، كان من المنطقي أن يتم النظر إلى مختلف أشكال وسائل الإعلام التناظرية مثل الكتب، الصحف، الإذاعة، التلفزيون والسينما؛ كتقنيات مختلفة ومتمايزة وينظر إليها كصناعات منفصلة عن بعضها البعض، لكن أدى دمج الوسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي مع التكنولوجيا الرقمية والحوسبة الشبكية إلى تحطيم الحواجز القائمة بين وسائل الإعلام التقليدية مما أدى إلى تكامل بين جميع وسائل الإعلام، متيحاً التبادل السريع والآني لكل أنواع المحتوى الإعلامي عبر العالم.

هذا التقارب التكنولوجي يبسط إنتاج المحتوى الإعلامي ويسمح بتوسعه كما وكيفاً بشكل هائل، ويجعل مهمة توزيعها سريعة وسهلة وكذلك يقلل تكلفة إنتاجها وتوزيعها بشكل كبير، فعلى سبيل المثال يمكن تصوير صورة فوتوغرافية ونشرها على مستوى العالم في غضون ثوان عن طريق شبكة الإنترنت، مما يلغي الحاجة لتحريض الفيلم الخاص بالكاميرا ومعالجتها في معمل متخصص، ومن ثم طباعتها وتوزيعها بشكل مادي، وعلى نفس المنوال فإنه يمكن للمستهلكين الوصول إلى أشكال متعددة من محتوى الوسائط الإعلامية مثل الكتب، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الموسيقى، الأفلام،

¹ مفهوم الاندماج الرقمي والتقارب بين وسائل الإعلام Media Convergence ، 2016/11/04 ، تم التصفح بتاريخ 2018/02/10 بتوقيت

16:30 ، مفهوم-الاندماج-الرقمي-والتقارب-بين-وس- / http://themediexpert.org/2016/11/04/

² لبيب شائف محمد، صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها، المركز الوطني للمعلومات، القاهرة، 2006: ص6، تم التصفح بتاريخ

2018/05/29 بتوقيت 21:30 ، https://www.yemen-nic.info/files/informatics/studies/22.pdf

الصحف، وعلى أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف الذكية أو الأجهزة الأخرى، في أي زمان ومكان يختارونه مجاناً أو بتكلفة منخفضة نسبياً.

وهذا ما أدى بظهور مفهوم آخر يتمثل في وسائل الإعلام الجديدة وهو مصطلح واسع ظهر في الجزء الأخير من القرن العشرين، ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام، الصور، الموسيقى والكلمات المنطوقة والمكتوبة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر والتي تسمى بالتقارب الذي يشير إلى إمكانية الوصول إلى المحتوى في أي وقت وعلى أي جهاز رقمي، مع توفير خاصية التفاعل والتشارك للمستخدمين عبر هذه المنصات التفاعلية ما يعني أن التقارب الإعلامي "هو ذلك الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال مع التطور التقني المتوافر والحاصل لخلق ما يعرف بالاندماج الإعلامي الرقمي في إطار ما يكنى بوسائل الإعلام الجديدة"¹ القائمة على فكرة التفاعلية التي ولدت اتجاهها جديداً في الفكر الاحتكاري وفي نظرية الاستحواذ.

وقد لوحظ التقارب بين الأساليب وتماهي الحدود بين وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، خاصة مع ظهور الإنترنت وانتشار التكنولوجيا الحديثة ضمن نطاق واسع، هذا التقارب يعتبر عملية انتقالية شاملة وهي إحدى أهم تجليات الرقمنة وآثارها²، وهذا المفهوم أي التقارب الإعلامي أصبح كلمة مفتاحية في العديد من القضايا.

كما يشير مصطلح التقارب إلى حركة وديناميكية ويستخدم لوصف مجموعة واسعة من التطورات المختلفة والتحولات في المجالات التكنولوجية، التقنية، الثقافية، الصناعية والاجتماعية، أما التقارب الإعلامي فيشير إلى البعد العميق لأشكال الرقمنة على اعتبارها تسهل عملية نقل البيانات وتخزينها وتتيح خدمات متنوعة، فهي أيضاً جاءت بفكرة تجاوز الجهاز الواحد من منطلق الاندماج سيما بين الأجهزة الإعلامية لتحسيد عدد متوافر من الخدمات المختلفة وهذا هو جوهر ما يقصد به التقارب التكنولوجي الذي أتاح واقعية الاندماج والتقارب الإعلامي في ظل السياقات الرقمية.

وقد أصبح الاندماج السمة الأساسية لوسائل الإعلام والاتصال بدلا من السمات المميزة لكل وسيلة على حدى والشرط الأوحد لتحقيق تطورات ومظاهر تقنية جديدة في الميدان.

لذا فالتقارب التقني أخذ منحى ألقى فيه القيود التنظيمية وأعطى حرية أكثر وأتاح فرصاً أكبر لتبادل المعلومات ويمكن شركات الاتصالات والشركات التقنية من توسيع أنشطتها عبر إعادة تصميم سلاسل القيمة الخاصة بها، فجعل الشركات المتخصصة في إنتاج الوسائط المتعددة ومؤسسات إنتاج الهواتف ومحطات البث التلفزيوني ومقدمي الأجهزة والبرمجيات تقدم مجموعة من الخدمات انطلاقاً من المحتوى الرقمي ووصولاً إلى الاتصالات، وهذا ما أدى بظهور شركات

¹ Sandra Diehl and Matthias Kar masim, **Media and Convergence Management**, Springer Heidelberg, New York, 2013 , p27.

²Artur Lugmayr and Cinzia Dal Zatto, **Media convergence Hand book, journalism,droadcasting,social media aspect of convergence**, media business and innovation, Germany, 2016 , p3.

عملاقة تستحوذ على خدمات متاحة وتفرض تغييرات في قطاع الإعلام الذي وبفضل التقارب الرقمي شهد تحولات بالجملة على مستوى المحتوى من حيث طرائق عرضه وتوزيعه، بحيث اندمج الكل بأساليب متعددة وتم توزيعها عبر منصات وقنوات مختلفة.

وبالتالي فالتقارب الإعلامي هو رؤية جديدة لعناصر متنوعة غير منفصلة تربطها السيورة التقنية الديناميكية وشرعية الممارسة.

وعليه فالاندماج الرقمي يعرف حسب "جين كينز": هو تدفق المحتوى عبر منصات الإعلام المتعددة¹.

وهو عملية مستمرة لا ينبغي النظر إليها على اعتبارها الاستغناء عن تنمية وسائل الإعلام القديمة بل هو التفاعل بين أشكال ووسائل ومنصات الإعلام المختلفة وهو اندماج التكنولوجيات والتطبيقات البرمجية، مثل الإنترنت على سبيل المثال لا الحصر والتجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الهواتف الذكية إلى جانب الفيلم الرقمي وكذا الرسوم المتحركة والتلفزيون عالي الوضوح وحتى ألعاب الفيديو.

ومنه فالاندماج الرقمي أحدث حركية واسعة على جميع المستويات وفي كل المجالات سيما المجال الإعلامي، بحيث اتخذ الاندماج أبعادا غير مسبوقه على صعيد المشهد الإعلامي وخلق تغييرات ملحوظة تجسدت في عدة أشكال كانت أبرزها تلك التغييرات التي تبنتها المؤسسات الإعلامية التي تأثرت كثيرا بهذا التطور فراحت تعتمد سلسلة من الإندماجات مع عدد من المؤسسات الناشطة في الميدان التقني لتستفيد من هذه النقلة النوعية في تاريخ التكنولوجيا التي زاوجت مختلف التقنيات القديمة والحديثة، وتعتبر الإندماجات التالية من أبرز التحولات التي جاءت عقب الاندماج الرقمي للتقنيات مع وسائل الاتصال:

اندماج مؤسسة -أمريكا أون لاين للإعلام American On Line- مع مؤسسة -تايم وارنر - Time Warner، كما نجحت هذه التحالفات الاقتصادية في دمج وسائل الإعلام الكلاسيكية بالشبكات الاجتماعية الافتراضية، ومن أهم هذه التحالفات كانت بين كل من شركة (Robert Marduk) -نيوز كوربوريشن News Corporation- التي يملكها (روبرت ماردوخ) مع شركة -إنترمكس ميديا Intermix Media (التابعة لشركة -ماي سبايس My Space- العام 2005².

وبالتالي، فالاندماج الرقمي أحدث عدة تحولات مست عدة مجالات كان أبرزها قطاع الاتصالات بما فيه المجال الإعلامي الذي تغيرت معالمه كثيرا جراء التحولات التقنية المتعاقبة.

¹http://dmediaacademy.blogspot.com/2016/06/blog-post_81.html, visited on 10/02/2018 at 10:00

² Terry Flew, **Media convergence**, 2016, visited on 17/02/2017 at 15:00, <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>

2. المشهد الإعلامي الجديد في ظل الاندماج الرقمي:

إن ظهور التكنولوجيا الرقمية وانتشارها ضمن نطاق واسع واكتساحها للعديد من المجالات سيما المجال الإعلامي، ساهم في إحداث تغييرات في العديد من المستويات والتي يتصدرها المستوى الفني من حيث أنماط الكتابة والتحرير، والمستوى التقني من حيث أشكال التفاعلية وتبني تكنولوجيات وخدمات وكذا منصات غيرت من طبيعة الممارسات التقليدية لدى المؤسسات الإعلامية وفتحت آفاقا جديدة وخلقت أبعادا مختلفة ذات معايير غيرت مسار المشهد الإعلامي الذي تأثر بالتكنولوجيات التي تم تبنيها إعلاميا.

وللحديث عن المسار الإعلامي الجديد وأبرز تحولاته وما شهده من مراحل انتقالية، لابد من التطرق لأهم المحطات التي شكلت بؤادر الإعلام الجديد المعتمد كلياً على التقنيات الرقمية، وعليه فالإعلام الجديد يصنف على أنه تجسيد للحالتين: جديد مقابل قديم تماماً كما يوحي التعبير عن نفسه، بين التماثلية والرقمية، بين مرحلة ما قبل الإنترنت ومرحلة ما بعد الإنترنت وهكذا، حسب ما أكده كل من -نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Nigroponte و-فين كروسي¹ Vin Crosbie.

وهي تصنيفات غير واقعية طالما أنه لم يستصحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد والقديم والأشكال المتقاربة في التعبير عن كليهما وعن التكنولوجيا المستخدمة فيها، فلطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها في الفضاء الإعلامي، خاصة وأن بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظيفياً.

فوسائل الإعلام التقليدية خاصة منها التلفزيون أصبحت تفاعلية وتغيرت مفاهيم الممارسة والبت فيها يتبنى تقنيات الإعلام الجديد من البث الموصول بالأقمار الصناعية إلى البث عبر منصات رقمية التي أفرزتها الثورة المعلوماتية التي غيرت حتى من أنماط توزيع المحتويات².

هذا المشهد أدى إلى وضع تصنيفات جديدة للإعلام تنطلق من تبنيه للتكنولوجيات بمنظور تراتبي تدريجي

كالآتي:

- إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة: كإشارة للوسائل التقليدية للإعلام كتكنولوجيات جديدة في وقت مضى.

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011: ص9، نقلا عن

Nicholas Negroponte, **Being Digital Publisher** Vintage, U.S.A, 1996 , p37

- إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة: كإشارة إلى التقنيات الحديثة حاليا أين مكنت الوسائل التقليدية من البث الحي، وحققت التفاعلية بنسب مرتفعة وفعالية عالية وكذا مكنت من التبادل السريع للمعلومات في وقت قياسي بفضل الاندماج.
- إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة: أين تزول الفوارق بين القديم والجديد، بحيث أصبح هنالك تبادل للمنافع فيما بين الإعلام التقليدي والشكل المستحدث للإعلام.
- وهذه هي الرؤية التي يقول بها كل من ريتشارد ديفيس -Ritchard Davis- وديانا أوين Diana Owen - في تحليلهم للمشهد الجديد للإعلام في ظل سياقات معينة¹.
- أما -ليف مانوفيتش Lev Manovich - فقد تحدث عن عدة ميزات للمشهد الإعلامي في ظل التكنولوجيات الحديثة والتي كانت أبرزها خاصية الأتمتة أين أصبحت الأجهزة تتفاعل فيما بينها بطريقة آلية من منطلق استجابتها لطلبات المستخدمين وتسجيلها والعمل وفقها لاحقا، ناهيك عن خصائص التنوع في محتويات الإعلام الجديد الذي تمكن بفضل تقنياته من عرض المحتوى بعدة أنماط وأشكال وبعده نسخ عبر منصات مختلفة مع إمكانية التعديل والتحديث، ومن المؤكد؛ فالتنوع من محصلة التفاعلية المتاحة للمستخدمين². وبالنسبة -لجون بافلك John Pavlik، فيرى أن المشهد الخاص بتكنولوجيا الإعلام الجديد يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات التي تحدث تغييرا راديكاليا في طرائق التواصل وكيفيات التفاعل³.
- وفيما يتعلق - بروجير فيدلر Roger Fidler؛ فقد تحدث عن التغييرات التي أحدثتها التكنولوجيات في المشهد الإعلامي على النحو التالي:
- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات ناشطة في الميدان الإعلامي تعمل وفق سياقات متغيرة باستمرار بفعل الطبيعة الرقمية.
- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الاعلام الجديدة.

لذا فالمشهد الإعلامي يظل يعيش حالة من التغيير الدائم بما مفاده الجودة كمعيار أساسي في الإعلام من منطلق التوجه نحو الفكر الانتقالي، وبما يوافق التغيرات والابتكارات التكنولوجية التي تخدم المشهد الإعلامي، أين برزت

¹ المرجع السابق نفسه: ص 11-13، نقلا عن Richard Davis , Diana Owen 1998 . **New Media .and American Politics** .Oxford Univercity Press, New York .P9.

² عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره: ص15 ، نقلا عن Lev Manovich . **Language of New Media** , The MIT Press 2001 .

³ المرجع السابق نفسه: ص 16، نقلا عن، Pavlik, John V. **New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives**, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, Second Edition, 1998.

فيه أنظمة العرض عبر أجهزة ذكية وأنظمة تخزين تستضيف معلومات في أنساق رقمية، ناهيك عن خاصية توفير الفيديو تحت الطلب¹.

وبالتالي؛ فالحديث عن الإعلام الجديد وحرية الفضائيات هو حديث عن ديمقراطية الإنترنت، على اعتبار هذه الأخيرة أي الإنترنت ساحة خصبة للرأي العام تسمح بظهور أشكال "جديدة للممارسات الديمقراطية"². وديمقراطية الإنترنت هي المشاركة في صياغة سياسات الاستخدام من قبل هيئات غير حكومية التي يمثلها غالبا جمهور المستخدمين بما يخدم مصالحهم ورؤيتهم للبيئة الافتراضية في إطار الحيادية التي تتصف بها الشبكة العنكبوتية.

هذه الديمقراطية كانت لها عدة تبعات على المشهد الإعلامي في ظل ظهور ممارسات جديدة تنصدر فيها الشبكات الاجتماعية قائمة الأطراف المساهمة في تحريك وصياغة المشهد الإعلامي الجديد، بحيث أعطت دفعا غير مسبوق للممارسة الرقمية في البيئة الافتراضية وسمحت للمستخدمين بتبني أدوار إعلامية مكنتهم من صياغة واقع إعلامي بوجه جديد ومغاير لما كان عليه قبل الثورة الرقمية التي اكتسحت قطاع الإعلام وبقوة، أين تحولت غرف الأخبار الحديثة إلى الاعتماد على المستخدم في صياغة مضامينها الإعلامية من منطلق استيقائها من المنصات الاجتماعية التفاعلية ذات قاعدة الاستخدام واسعة الامتدادات والتي يترأسها كل من تويتر الذي تمكن في سنوات قلائل من التحول إلى منصة إخبارية بامتياز، فضلا عن الفاييسبوك الذي لم يعد مجرد منصة تشاركية للمحتويات فحسب بل تعداه إلى تحوله إلى منصة إعلامية تتعدد خدماتها بين التدوين، تشارك المضامين التفاعلية وحتى إمكانية البث الحي عبر خدمات خاصة منها خدمة -لايف، وتحول إلى فضاء خصص لتداول محتويات خلقت تداعيات واقعية جراء تفشي الأخبار الكاذبة كظاهرة نتجت عن غياب الضوابط التحريرية، ناهيك عن اليوتيوب الذي تحول إلى محطة إعلامية تلفزيونية بامتياز لكن بوجه رقمي، هي كلها منصات غيرت طبيعة العمل والممارسة الإعلامية، وهو ما أدى إلى تغير المشهد الإعلامي الذي كان يعتمد مسبقا على المعايير الإعلامية المعترف بها من قبل المختصين في المجال الإعلامي سواء من نواحي التحرير، العرض والطرح وغيرها، وكذا أدى إلى غياب تلك المعايير والتي وإن وجدت فالمستخدم وشركات التقنية هما المتحكمان في صياغة الوضع الإعلامي الراهن ذو الممارسات الجديدة³.

¹ Roger.F.Fidler, Media Morphosis : **Understanding New Media**, Sage Publications, Inc, 1 edition 1997/Media In Transition Project..1999/2000 Massachusetts Institute Of Technology, visited on 15/ 03/ 2017at 09:03, <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233413>

² محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012 : ص 10.

³ المرجع نفسه، ص 11.

وكمحصلة لهذه الممارسات فقد ظهرت سوق افتراضية أعطت دفعا لمشاريع ريادية ما أدى بدوره إلى خلق فرص عمل جديدة في إطار البيئة الرقمية¹.

وبالتالي، فالمشهد الإعلامي أضحى يكتسب سماته الجديدة من حيث الخصائص والوسائل وحتى الأنماط الحديثة في المجال، التي باتت مختلفة تماما عما كانت عليه مسبقا وجعلت من الإعلام يتمتع "بالقوة التوجيهية والتأثير العميق"²، ويكتسي أهمية بالغة وفتحها له مختلف التقنيات التي اعتمدت في المجال، وجعلت من المشهد يتمتع بمقومات البيئة الافتراضية التي أكسبته التميز وأعطته فرصة للانطلاق من جديد، من خلال إعادة هيكلة الممارسة وحتى ترتيب المعطيات بوجه يخلق هوية جديدة تركز على أشكال تقنية حديثة.

3. التوجه التقني الجديد للمؤسسات الإعلامية:

إن ظهور صناعات جديدة في قطاع الإعلام أثر على التجارب والممارسات وأصبح مستهلك الخبر يتجه نحو تبني التطورات التقنية المستحدثة ما جعله يدخل في علاقة فتور مع الوسائل التقليدية للإعلام بالرغم من عدم إدراكه لتلك التحولات التكنولوجية الحاصلة³، فظهور النماذج الجديدة في المجال الإعلامي يعتبر كحتمية فرضتها مجموعة التطورات التي يعرفها المجال التكنولوجي؛ فإحكام سيطرة أغلب التقنيات الذكية على القطاع فرض تحولات غيرت استراتيجيات المؤسسات الإعلامية التي رفعت رهان الاندماج مع التقنيات المتاحة للتمكن من الاستمرارية في المجال برؤى مغايرة تماما عما كانت عليه في شكلها التقليدي، ومن جهة أخرى؛ فقد ظهر توجه آخر يتعلق بالجمهور الذي وعلى اعتباره مستهلكا للمضامين الإعلامية وآخر نقطة يصل إليها المنتج النهائي للمؤسسات الإعلامية، فقد تحول بفعل التوجه الجديد الذي فرضته سياقات معينة أجبرت وسائل الإعلام على تبني تقنيات جديدة، جعل من الجمهور مستخدما ذكيا لشبكة الإنترنت، بل الأمر تعداه إلى تحوله إلى منتج للخبر.

أ: التحولات التي شهدتها المؤسسات الإعلامية

في ظل الطفرة التقنية الجديدة وتوجهات المستخدمين التي اتخذت بعدا مغايرا لما كانت عليه من قبل، فقد انخفضت نسبة المؤسسات الإعلامية بفعل التحولات الجديدة في قطاع الإعلام الذي دخلت عليه تطورات بالجملة، خاصة وأن شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي قد أدت إلى تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام، إضافة إلى

¹ أنس المرادي، أثر وسائل الإعلام الاجتماعية على ريادة الأعمال في العالم العربي، 2012/10/04، تم التصفح بتاريخ 2018/04/14 على

الساعة 12:13، <https://aitnews.com/2012/10/04/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9/>،
² محسن الإفنجي، الإعلام والتكنولوجيا.. من يقود من؟، 2018/05/15، تم التصفح بتاريخ 2018/05/15 على الساعة 02:00،

<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/opinion/2018/05/180515032115986.html>

³ New Reseach Center, **State Of The New Media**, 2016, p 4.

الإشكالات التي أثرت على الصورة التي على أساسها وجدت هذه المؤسسات بالرغم من أن تحيز كبريات وسائل الإعلام لبعض الأقطاب السياسية كان هو الآخر من بين أهم الأسباب التي زعزعت من مصداقية الإعلام التقليدي¹.

إذا فإن خطر الفشل والتلاشي الذي تواجهه المؤسسات الإعلامية يعود إلى بعض هذه الأسباب؛ وقد أضافت تكنولوجيا الإتصال الحديثة تحديات أخرى تمثلت أساساً في الانتشار الواسع لاستخداماتها في أوساط المؤسسات وما أحدثته من آثار على كيفية القيام بالأعمال وسير الأنشطة الإعلامية وعلاقة المؤسسة مع محيطها وسير آدائها الإعلامي ومع هذا التطور التقني الهائل تحولت صناعة المحتوى الإعلامي في أساليب إعدادها وإخراجها وحتى القالب والشكل الذي يصل إلى المتلقي²، فالمؤسسات الإعلامية اليوم أصبحت تمارس عملية إعلامية تتميز بالتنوع من حيث كافة جوانبها أدوات الإنتاج والمحتوى.

إذا، فأغلب المؤسسات الإعلامية تشهد اليوم ما يعرف بالتحول الرقمي حيث أصبحت تمارس كافة وظائفها رقمياً وعبر التطبيقات التفاعلية كما تحرص على التواجد الدائم في مواقع التواصل الاجتماعي، فقطاع الإعلام اليوم يواجه تحدي يفرض عليها التمتع بما يلزم من مرونة لمواكبة التطور التكنولوجي وحتى تصبح قادرة على التنافس في ظل كافة هذه التغييرات.

فقبل بضعة عقود، كان للمحتوى الجماهيري الشامل الذي تنتجه الصحف المطبوعة والتلفزيون والإذاعة تأثير كبير على الجمهور لدرجة أن العديد من الدراسات انصبت على دراسة وقع تأثير كافة أشكال المحتوى الذي تنتجه وسائل الإعلام التقليدية على المتلقي (ثقافته، سلوكياته، اتجاهاته...)، بينما في الوقت الحالي تغيرت كافة هذه المنظومة ولم تعد وسائل الإعلام تحدث التأثير نفسه خاصة مع انتشار الهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي وتوجه كافة المستهدفين من قبل وسائل الإعلام التقليدية (المتلقين) لاستخدام مواقع التواصل فتحول اهتمام الناشرين لابتكار أساليب جديدة لعرض محتواها بشكل أكثر جذبا للجمهور المستهدف.

فمن خلال تحليل العديد من الدراسات لمجموعة من البيانات جُمعت حول التحول الرقمي الخاص بالمؤسسات الإعلامية وصناعة الأخبار، يمكن ملاحظة تحول هذه المؤسسات الكبرى إلى الشكل الرقمي، في صيغة بوابات الإنترنت تطبيقات الجوال والحضور القوي على شبكات التواصل الاجتماعي محققين نجاحاً كبيراً³، فالعديد من المؤسسات الإعلامية المختلفة أصبحت تعمل في سياق هذا التقدم التكنولوجي في ظل ظهور ما يعرف بريادة الأعمال بالنسبة للمؤسسات الإعلامية الرقمية.

¹Reuters Institute, **Digital news report 2017**, p10

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web/> visited on 20/11/ 2017 at 15.30.

²علي حجازي إبراهيم، آليات صناعة الإعلام، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2017: ص57.

³ وزارة الثقافة والإعلام، المنصات الإعلامية والتحول الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مركز الإعلام الجديد، المملكة العربية السعودية،

2017: ص 5.

إذا فتغير الواقع الإعلامي الذي تبعه تحول منظومة المؤسسات الإعلامية التي كانت تعتمد في عملها على العديد من الموارد التي تضمن من خلالها استمرارية عملها كشركات تقدم خدمة عامة للجمهور، أدى إلى ابتكار نماذج جديدة من أجل تحقيق عائدات مالية تعينها على البقاء في ظل العديد من المتغيرات كمواقع التواصل الاجتماعي التي توفر المعلومة بسرعة ومجانبة، وحتى محاولة العثور على وسيلة جديدة للتواصل مع الجمهور الذي لا يتسنى ل فرصة الاتصال بالمنصات الاجتماعية.

وقد ابتكرت العديد من المنظمات الإعلامية طرقا جديدة للنشر والبرامج التفاعلية التي تتضمن برامج الدردشة، ثم الصحافة المرئية التي تتضمن الواقع الافتراضي، وهناك العديد من المؤسسات الإعلامية التي دشنت مبادرات مبتكرة من بينها:

أولا: مشروع -140journos- في تركيا الذي نقل سعي معظم وسائل الإعلام لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتوزيع محتواها إلى مستوى جديد تماما. ويؤكد -أنجين أوندر Engin Onder- الذي ساهم في تأسيس المشروع أن الموقع يوزع محتواه على 15 منبرا مختلفا، مضيفا أن تويتر مازال السفينة الأم للمشروع، كما يقدم هذا المشروع العديد من المبادرات من بينها توفير خدمة إخبارية ممتازة مدفوعة الأجر باللغة الإنجليزية.

ثانيا: جريدة- الباييس الإسبانية- التي تستخدم الواقع الافتراضي لتنقل قراءها إلى محطة -فوكوشيما النووية- في اليابان، ونفذت أيضا مشروعات أخرى مبتكرة من الواقع الافتراضي.

إضافة إلى أن ظهور التفاعلية كوجه جديد- التي كانت غائبة في الوسائل التقليدية-أتاح فرصة جديدة للمؤسسات الإعلامية في صياغة وإنتاج محتويات بأشكال مغايرة أين وجدت متنفسا جديدا لحرية التعبير، هذه الأخيرة أعطت دفعا جديدا في قطاع الإعلام وقدمت فرصا للمؤسسات الإعلامية لاستدراك حسائرها واستكمال أنشطتها عبر التوجه نحو التواجد ضمن عالم جديد تحكمه ضوابط مختلفة¹.

وبفعل التطور المتسارع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فقد أسفر ذلك عن إنتاج أدوات جديدة غيرت المفاهيم التقليدية للتفاعلية وحتى ساهمت في ظهور أساليب مغايرة في طرائق كتابة وطرح المحتويات الإعلامية وأحدثت تغييرا على مستوى الأدوار بالنسبة للأطراف التقليدية المسؤولة عن صناعة الرسالة الإعلامية أين أصبح المستخدم على اعتباره الصحفي الجديد ينافس الصحفي المحترف في إطار مبدأ الندية الرقمية.²

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005: ص 65.

² اتحاد إذاعات الدول العربية: عصر الميديا الجديدة، 2016، ص 80.

وكمحصلة للتطور الحاصل، فقد كان لزاما على المؤسسات الإعلامية أن تتبنى مثل هذه الأشكال والممارسات الاتصالية الجديدة عبر كافة مراحل العمل الصحفي¹.

ب: التوجهات الجديدة للمؤسسات الإعلامية:

ومن جملة هذه التوجهات، فقد أصبح الصحفي يستخدم المنصات الاجتماعية كأبرز الخدمات التقنية ذات التفاعلية المرتفعة بحيث يتجه الصحفيون إلى استيقاء الأخبار والمعلومات لصياغة قصصهم الخبرية من مواقع التواصل الاجتماعي بالرغم من تواجدها إشكاليات متعلقة بمدى صحة المعلومات المتاحة ضمن الشبكات التفاعلية، إلا أن الصحفي يقوم باتخاذها كمادة أولية تمكنه من تحرير محتويات إعلامية بأفكار المستخدمين لتحقيق خاصية التفاعلية التي كانت شبه غائبة في وقت مضى².

فالمدونات Blogs ومواقع بث الفيديو، إضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي Social Media ؛ تعتبر من أكثر مواقع التواصل استخداما من قبل الإعلاميين، فخدمة يوتيوب YouTube لوحدها يعرض ضمنها ما يقارب 100 مليون فيديو يوميا³، وفي سنة 2010 تم إحصاء عدد المشاهدات التي وصلت إلى ما يعادل 2 بليون مشاهدة⁴، وهو ما يشير إلى ارتفاع نسب التفاعلية مع المحتويات الرقمية، بحيث قد يتجاوز تشارك هذه المحتويات ما يمكن أن تنتجه وتنشره أكبر ثلاث شركات إعلامية أمريكية في غضون ستين عاما⁵.

هذه الأرقام توضح مدى القدرة الجماهيرية على تشارك المحتويات الرقمية كفرصة أتاحتها البيئة الافتراضية، الأمر الذي دفع بالصحفيين إلى ضرورة مواكبة هذا النمط التفاعلي واستغلاله لمعرفة اهتمامات الجماهير وكذا الاطلاع على أحداث وقضايا قد يصعب على الصحفي الوصول إليها وتغطيتها⁶. لذا فإن أغلب البرامج التلفزيونية نجدها مصاحبة ببث مباشر على إحدى المنصات التفاعلية.

وبالتالي فقد أصبحت التطبيقات التفاعلية بمثابة الجسر الإعلامي Bridge Media الذي يربط وسائل الاعلام التقليدية بمجهورها والمساهم في توسيع دائرة المعارف وشبكة العلاقات فيما بين الصحفيين والجماهير⁷.

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 98.

² المرجع السابق نفسه، ص 93.

³ Paul Norris and Brian Pauling , **The Digital Future And Public BroadCasting search report**, new zealand broadcasting school, November2008 , P 4.

⁴ Antony Mayfield ,**What is Social Media ?**, California incrossing, 2008 , P 4.

⁵ WWW.Viral blog. Com/ research/ YouTube-Statistics/ 7 February2011/ vue le 20/ 05/ 2017 at 14.16 .

⁶ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 102.

⁷ جمال الدين ناجي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، تونس في قمة مجتمع المعلومات، اليونسكو، نوفمبر، 2005: ص 118.

في هذا الصدد، يؤكد "دان جيلمور" (Dan Gilmore) - في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي انعقد بالعاصمة الكورية الجنوبية سيول Seoul - على ضرورة استفادة المحررين والصحفيين من هذا المنهج الجديد في الإعلام (صحافة المواطن)، ومتابعتهم لمثل هذه المواقع فإن ثقافتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا، لأن الفرصة ستكون متاحة للتعرف على نقاشات واتجاهات وأفكار الجماهير عن قرب، في حين قد لا تجد وسائل الإعلام التقليدية فرصا للدخول في تجارب مع الجماهير وهذا ما يرفع من مستوى الشفافية في تغطية كل وجهات النظر من قبل هذه المؤسسات، الأمر الذي يعد منعرجا جديدا يفسح المجال لتشارك المحتويات¹.

وفي محاولات جادة من قبل المؤسسات الإعلامية لاستخدام مثل هذه الوسائل الجديدة، فقد سعت هذه المؤسسات إلى إدماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية، من خلال دمج منتجات صحافة المواطن من فيديوهات، صور.. إلخ؛ ضمن المضامين المقرر بثها عبر هذه الوسائل.

ومن جملة هذه المبادرات، نجد أن أكبر شركة صحف في ال.و.م.أ "غانيت Ganett" قد عملت على إحداث تغيير جذري في الطريقة التي تجمع بها الأخبار من خلال تضمين منتجات المستخدمين عبر الخدمات التفاعلية لصياغة القصص الخبرية.

أما قناة الجزيرة قد أطلقت في سبتمبر 2006 جملة من الخدمات التشاركية التي من بينها "خدمة تشارك Share" وخدمة الجزيرة للحوار "Aljazeera Talk" كمنصات تمكن المستخدم من تبادل وتشارك ومناقشة العديد من القضايا وحتى الإسهام في إنتاج المضامين الإعلامية للقناة².

وفي السياق ذاته، نجد أن العديد من المحطات الإعلامية الكبرى قد اعتمدت هذا التوجه على غرار كل من 'سي بي أس CBS' الأمريكية و'هيئة الإذاعة البريطانية BBC'، بحيث أتاحت هذه المحطات مواقعها الإلكترونية تحت تصرف جماهيرها، ناهيك عن توفير برامج تعرض عبر القناة التلفزيونية بصناعة جماهيرية خالصة كمحاولة لتغيير التوجه الخطي السائد بنموذج اتصالي ثنائي الاتجاه يضمن تعدد الأطراف الفاعلة في صياغة العملية الاتصالية³.

فبخصوص محطة - بي بي سي BBC - التلفزيونية، فقد سبق لها أن أطلقت عدة مشاريع كمحاولة منها لإطلاق ودعم صحافة الغد "صحافة المواطن"، وكذا لتطوير خدماتها الإعلامية والحفاظ على مكسبها الجماهيري من

¹ Dan Gillnor, **We the Media Grassroots Journalism by the people for the people**, Sebastopol, CL O'Reilly, 2004 , P 148-150.

² Serg Proulx, **Web participation, Vers un engagement citoyen de l'utilisateur ? Ethique et droits de l'homme dans la société de l'information**, Commission Française pour L'UNESCO et Conseil de L'Europe, Strasbourg, 13-14sept/2007 , PP 8-9.

³ Shayne Bowman, Chris Willis , **We Media, How audiences are shaping the future of News and information**, U.S.A , the Media Center at the American Press Institute, 2003 , P 8.

خلال عدة مشاريع، ويعد مشروع I Can¹ « من أبرز هذه المحاولات الهادفة إلى تجهيز الجماهير ببعض الوسائل المساعدة على إثراء النقاشات الافتراضية على مستوى صفحات الشبكة التلفزيونية البريطانية، سيما ذات الطابع السياسي، وقد وظفت في هذا الإطار كادرا تقنيا يقوم على المشروع من خلال القيام بتطوير حواريات الموقع وكذا تنقيح المعلومات غير الدقيقة التي يتداولها مستخدموا موقع -بي بي سي- المنضمين إلى حلقات النقاش المخصصة عبر الموقع.

وعليه فقد أصبح دور الصحفي في مثل هذه الحالات التي يلاحظ فيها تحول الجمهور إلى صناعة المحتوى وبث الأخبار يتلخص في "الغزيلة"² على حد وصف "تيم ليفل TIM LEVELL" مدير تحرير المشروع.

كما واصلت الهيئة البريطانية تقديم مشروعات مماثلة بهدف دعم وكذا الاستفادة من المحتويات التي ينتجها المستخدم، من خلال إطلاق مشروع "الصناعات الثقافية" أين تم تخصيص خدمة عمومية جديدة لتطوير منتجات المستخدمين الإعلامية تحت تسمية "الخدمة العمومية للنشر" PUBLIC SERVICE PUBLISHER³ منذ سنة 2005 إلى غاية الوقت الحالي.

وهو نفس المسار الذي سلكته صحيفة لوموند LE MONDE الفرنسية في فتح موقع الكتروني للجمهور وتخصيص الباب المخصص لأعمدة الرأي المفترض تحريرها من قبل الصحفيين إلى خانة مخصصة للمستخدمين في خطوة غير مسبقة⁴.

وفي ذات الأمر مع صحيفة "البايس PAIS" الإسبانية و"الغاردين GARDIAN CO.UK" البريطانية اللتين اعتمدتا على بعض المعايير في تمكين بعض المدونين من الحضور على منصتيها الإلكترونيتين⁵، بهدف استقطاب أفضل المدونات وتوظيف أصحابها لديهم.

وهذا بوضوح تأثير التكنولوجيا المستحدثة التي لم توظف في القطاع السمعي البصري وحسب بل تعداه إلى توظيفها في مجال الإعلام المكتوب الذي شهد طفرة تقنية بفعل ظهور الإعلام الإلكتروني.

أما بالنسبة للمؤسسات الإعلامية المخصصة لبث وعرض المنتجات السينمائية فحسب، فقد قامت هي الأخرى بخلق مبادرات لتشجيع المضامين التساهمية التي ينتجها المستخدمون، وتعتبر المبادرة الكندية في إطلاق موقع لبث المحتوى

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص99.

² Jan Schaffer, Citizen Media : **Fad or the future of news, The Rise and Prospect of hyper local journalism**, Baltimore The Institute For Interactive Journalism, University Of Maryland, 2007 , p3.

³ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص98، 99.

⁴ الصادق رابح، المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد... تكنولوجيا جديدة، جامعة البحرين،

2009, <https://sites.google.com/site/saddekrabah/Home/research-abstracts-arabic>

⁵ Serg Proulx, **Op cit**, pp 6-7.

النصي، المصور والمسموع، بدعم من الديوان الكندي للفيلم "ONF" من أكثر المبادرات التي لاقت إقبالا جماهيريا معتبرا، إلى جانب إطلاق مشروع "OPEN SOURCE CINEMA" الموجه إلى خلق محتوى سينماتوغرافي بالتعاون مع عدة مؤسسات إعلامية "CREATIVE COMMON, EYESTEEL FILM& BLIP TV"¹ من أجل تسهيل وتشجيع صناعة محتوى إعلامي وأفلام وثائقية وبثها عبر الويب. وكذا تمكين المنتجين والمخرجين من إبرام اتفاقيات تعاون مع المستخدمين لإدراج أعمالهم ومنتجاتهم ضمن برامج تبث عبر القنوات التلفزيونية.

وفي ذات السياق، قامت قناة "تي أف 1 TF1" الفرنسية بإطلاق موقع "وات WAT" لدعم مساهمات النشطاء² في إنتاج مضامين إعلامية تبث عبر التلفزيون بمقابل مادي.

أما قناة "كنال بلاس CANAL PLUS" الفرنسية، فقد نجحت في مثل هذه المبادرات الافتراضية الداعمة للمستخدم، إذ تلقت حوالي 20.000 فيديو تم اختيار 5 بالمئة منها وبث 3 بالمئة بمعدل مليون مشاهد.

وتقدم قناة "فرانس/FRANCE24" برنامجا خاصا بإنتاجات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمعنون بفيديو اليوم "VIDEO DE JOUR"³ أين تعرض أكثر الفيديوهات تداولا بين النشطاء الاجتماعيين.

وعليه، ومن هذه المعطيات فقد باتت المؤسسات الإعلامية تتجه نحو تبني الممارسات التالية:

- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي مع توفير كادر بشري متخصص لتطوير خدماتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- إطلاق مواقع تفاعلية تحت إشراف خبراء في مجال تكنولوجيا المعلومات والتقنية لإدارتها.
- توظيف أخصائيين في مجال تصميم المواقع لخلق تصاميم تتماشى مع الدعائم والشاشات التقنية الجديدة التي يستخدمها النشطاء.
- الاستعانة بتقنيين في مجال الديكور الافتراضي والديكور ثلاثي الأبعاد، في محاولة جادة لمحاكاة تجارب المستخدم التي تعتمد بشكل كبير على أحدث التطورات التقنية سيما أجهزة الواقع الافتراضي والمعزز.
- التوجه نحو عقد شراكات مع شركات تقنية منها يوتيوب، دايلي موشن، نتفليكس... إلخ وغيرها لضمان الحصرية في بث البرامج المنتجة من قبل هذه المؤسسات أو المضامين الرقمية التي تسهم في إنتاجها.
- الاعتماد على ميزة البث الحي عبر خدمات تفاعلية على الويب منها البث عبر خدمة 'غوغل هانغ أوتس Google Hangouts'.

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 102.

² OECD, **Participative Web and User Generated Content : Web 2.0, Wiki and Social Net Working**, Paris, 2007, p 59.

³ Nolwenn Hennaf , **Parole authentique versus parole instrumentalisée : le pouvoir communicationnel des blogs.**(Thèse de Doctorat en Sciences de L'information et de La Communication, Université de Renne2, 2008, p 209.

ومنه، فتوظيف مثل هذه الخدمات والمنصات التفاعلية في المجال الإعلامي من قبل المهنيين أعطى فرصة لتجديد العلاقة مع الجمهور -على اعتباره كمستخدم فهو باحث جديد عن الحقيقة والمراقب الدائم لسيرورة الأحداث- عبر تبني منتجاته User Generated Content "المنشورة عبر مختلف المواقع الاجتماعية التي بدورها وفرت حيزا واسعا للحريات سيما في تبادل النقاشات، كما فتحت بابا آخر للإعلاميين لنشر مواد إعلامية بعيدا عن الضغوطات المهنية¹.

وعليه، فتغير الأدوار وتحول المشهد الإعلامي وكذا ظهور آليات عمل جديدة في قطاع الاعلام فتح المجال أمام أطراف أخرى فاعلة في صناعة المحتويات عبر استغلال عدة منصات وخدمات تفاعلية تنتجها وتقدمها للمستخدمين ومن ثمة تستغلها في الولوج لهذا المجال لكن بأدوات مغايرة وأساليب طرح مختلفة تلعب فيه شركات التقنية دور المحرك الجديد للقطاع.

4. التوجه الإعلامي الجديد لشركات التقنية:

بفعل التطورات التقنية المذهلة والمتسارعة في آن واحد لمختلف الخدمات والأنشطة التي تقدمها شركات التقنية، سيما في مجال تكنولوجيا الاتصالات، ونظرا لجملة المكاسب المحققة من توظيف هذه التقنيات والأجهزة الحديثة في قطاع الإعلام، فقد كان ذلك من أبرز الأسباب التي دفعت شركات التقنية إلى تحويل نشاطها وتغيير استراتيجياتها وكذا توجيه تركيزها نحو كيفية الولوج إلى قطاع الإعلام ومن ثمة التحكم فيه.

وتعتبر شركات ألبات (غوغل سابقا)، تويتر، نتفليكس وبالأخص شركة فايسبوك من المؤسسات التقنية العملاقة السبابة إلى دخول الميدان الإعلامي وإحداث تغييرات على مستوياته المختلفة، هذه الأسباب يمكن استخلاصها من عدة مظاهر جسدتها شركات التقنية من خلال ممارسات وأنشطة متعددة.

مظاهر التوجه الجديد:

✓ بالنسبة لشركة فايسبوك:

فمن أبرز أسباب اقتحام شركة فايس بوك القطاع الإعلامي سيما الإخباري منه هو رغبتها في زيادة عائدها المالي للتخلص من ضغوطات البورصات وكذا للرفع من نسب مداخيلها، ناهيك عن هدفها في توسيع قاعدة الاستخدام إلى أكثر من ثلاث مليارات مستخدم خلال السنة الجارية 2018، لذا قد اقتحمت أسواق الأخبار سعيا منها لزيادة حصتها في أسواق الإعلانات من خلال تنويع أنشطتها وخدماتها عبر اقتحام سوق الإنتاج الإعلامي فقد أطلقت الشركة العديد من الخدمات تقدم باقة متنوعة من البرامج تمتد من الأخبار الجادة إلى برامج الترفيه.

¹ Martin Lister et al, New Media , A Critical Introduction, (Second Edition), New York, Routledge, 2009 , p 221.

وبمجرد ولوجها في مجال صناعة الأخبار، ونظرا لقاعدة الاستخدام التي تتمتع بها شبكة فايسبوك، "التي قدرت بحوالي 1.79 مليار مستخدم نشط شهريا، وبحوالي 1.18 مليار مستخدم نشط يوميا، بنسبة ارتفاع 17% سنة 2016، فقد ارتفعت حصة فايسبوك من الإعلانات سيما تلك المتعلقة بتصميم إعلانات موجهة للظهور على الأجهزة المتنقلة سيما الهواتف الذكية لتصل إيرادات فايسبوك من إعلانات الجوال إلى 6.8 مليارات بمعدل 84% من إجمالي الإعلانات التي تقدمها الشركة، وهذا راجع للرقم القياسي لمستخدمي منصة فايسبوك على الأجهزة الذكية بحيث قدر معدل الاستخدام بـ 1.055 مليار مستخدم لهذا النوع من الأجهزة، وهو الأمر الذي أثار انتباه المعلنين إلى ضرورة التواجد ضمن الشبكة لضمان وصول جديد منتجاتهم إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير المتواجدة بكثرة عبر خدمة فايسبوك التي تحولت إلى الممارسة الإعلامية والتي وصفها زوكربيرغ بالتجربة الناجحة التي حولت العالم إلى قرية يلتقي فيها أفرادها عبر القاعة الجديدة التي مركزها فايسبوك"¹.

وبهذا الخصوص فقد اعتبر مؤسس شركة فايسبوك 'مارك زوكربيرغ' المبادرات التي تعتمدها الشركة طرحها نهاية العام 2018، سيما تلك المتعلقة بإطلاق قناة -فايسبوك أون لاين- بمثابة الملعب الجديد للشركة²، وقد سجلت الانطلاقة الرسمية لهذا النوع الجديد من النشاط الذي تخوضه الشركة، وتجسد ذلك من خلال إبرام عدة اتفاقيات مع شركات صناعة الأخبار والبرامج الترفيهية للحصول على الحصرية في عرض هذه المحتويات عبر قناة فايسبوك أون لاين، بحيث أبرمت اتفاقيات مع استوديوهات في هوليوود لإنتاج برامج تلفزيونية مخصصة للقناة الجديدة.

وفي بيان رسمي أصدرته الشركة، فقد صرح نائب رئيس الشراكات الإعلامية لدى فايسبوك 'ثيك غوردين Thik Gorden' قائلاً: "نحن ندعم مجموعة متغيرة من الشركاء والمبدعين ونفحص عروضهم التي يمكنها تشكيل جمهور واسع حولها وهي تمتد من الرياضة إلى الكوميديا وحتى ألعاب الواقع الافتراضي"، مضيفاً: "نحن نركز على العروض التي يقدمها الشركاء، ونساعدهم على فهم أعمق لما نريده من برامج عبر مختلف القطاعات والمواضيع"³.

¹ إيرادات فايسبوك في الربع الثالث تتخطى 7 مليارات، 2016،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2016/11/3/%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A8%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%AB-%D8%AA%D8%AA%D8%AE%D8%B7%D9%89-7-%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%85%D9%84>

² المرجع نفسه.

³ فايسبوك يغير خوارزمية- الشركات والعلامة التجارية أكثر المتضررين، 2017، تم التصفح بتاريخ 2018/01/25 على الساعة 15:00 .

وقد أبدت فايسبوك استعدادها لتمويل كل حلقات البرامج الخاصة بما يصل معدله إلى حوالي ثلاث ملايين دولار ك مبلغ جد مناسب لإنتاج محتوى عالي الجودة، مع العلم أن مدة الحلقة الواحدة من هذه البرامج المقررة لن تتجاوز العشر دقائق مستهدفة بدرجة أولى الفئات العمرية الشبانية والتي تتراوح أعمارهم ما بين 17 و30 عاماً¹.

جل هذه المحاولات خاصة تلك المتعلقة بمقاطع الفيديو التي تجسدها شركة فايسبوك عبر قناتها 'فايسبوك أون لاين' تسعى من خلالها الشركة إلى التفوق على التلفزيون وكذا لحوض سباق تنافسي مع شركة يوتيوب، وهذا ما أكدته خبيرة الإنترنت 'شانون ليو Shannon Leeyoo'. ووقعت شركة فايسبوك صفقات مع شركات صناعة الأخبار والترفيه لصناعة عروض بخدمة الفيديو تحتوي على فيديوهات طويلة وقصيرة مع فواصل إعلانية²، ما جعلها تدخل بقوة سوق الإعلانات والمنافسة على ميزة البث الحي التي أطلقتها كل من سناب تشات وتويتير بالشراكة مع خبراء من وكالة بلومبرغ الاقتصادية.

أ: مبادرات فايسبوك الإعلامية:

إن النمط الجديد في التفكير الاستراتيجي لشركة فايسبوك التي تهدف من خلاله إلى إعطاء بعد آخر للتفاعلية وتمكين المستخدمين من تنويع ممارساتهم عبر خدماتها الجديدة، خلق بدوره نمطا مختلفا من الشراكات تسعى عبره فايسبوك إلى تطوير خدمات الترفيه ووسائل الاتصال على غرار التلفزيون الذكي وصولا إلى الذكاء الاصطناعي وكذا الواقع الافتراضي، مستفيدة بذلك من خبرات شركات منافسة لها في الميدان التقني والرقمي ككل.

ولم تكنفاي شركة فايسبوك بهذا القدر من الخدمات الجديدة، بل الأمر تعداه إلى اعتماد إجراءات جديدة تعتم من خلالها فايسبوك إلى إحداث ترابط قوي بين شبكة التواصل الاجتماعي وصناعة الأخبار³، ويأتي هذا الإعلان عن المشروع الصحفي الخاص بفايسبوك والذي أطلقته العام المنصرم في أعقاب التدقيق المتزايد على دور الشبكات الاجتماعية على اعتبارها موزعا للأخبار، حيث تم اتهام الشركة بالفشل في التصدي لانتشار المعلومات الخاطئة في الفترة التي سبقت انتخابات الرئاسة الأمريكية أين تفشت ظاهرة الأخبار الكاذبة والتي نسبت إلى خدمة التواصل الاجتماعي التابعة للشركة

¹ مناف قومان، فايسبوك سينضم لصناع المحتوى المرئي، كيف سيؤثر على التلفاز؟، 2017/05/28، تم التصفح بتاريخ 2017/06/28 على الساعة 14:00
<https://www.noonpost.org/content/1908514:00>

² رويتز: فايسبوك توقع صفقات لتقديم محتوى فيديو حصري على شبكاته الاجتماعية، 2017/05/27، تم التصفح بتاريخ 2017/10/25 على الساعة 12:30
<https://www.alwasatnews.com/news/1244439>

³ إسماعيل عزام، صحافة فايسبوك وبناء الثقة مع وسائل الإعلام، شوهذ بتاريخ 2018/04/30 على الساعة 14:00
[. Aljazeera.net/ ar/ ajr/ articale/ 2071/07/17016080939333.html](http://www.aljazeera.net/ar/ajr/articale/2071/07/17016080939333.html)

التي اتخذت كمنصة خصبة مكنت المستخدمين من لعب دور الإعلاميين في الترويج لمعلومات وصفت بالمغلوبة والتي تضررت منها سمعت الشركة بشكل كبير.

هذه الشائعات أو المعلومات غير الصحيحة التي لقيت صدى كبيرا في الآونة الأخيرة سيما لارتباطها بمنصة فايسبوك الاجتماعية، جعلت موظفي الشركة يوجهون اهتمامهم إلى تحويل موقعهم الاجتماعي إلى مراكز أخبار¹ برغم الانتقادات والاتهامات التي طالت الشركة من مساهمتها في السماح لنشطاءها من تداول معلومات وأخبار غير دقيقة ومبالغ فيها.

هذا التحول دفع إدارة فايسبوك إلى محاولة دعم نشر وتداول الأخبار ذات المصدقية العالية بعد التأكد من صحتها ودقتها، وكذا تمكين المستخدمين من استغلال تطبيقها الجديد 'المقالات الفورية Instant Artical' لنشر الأخبار بطريقة سريعة، تفاعلية والأهم أنها خالية من الشائعات².

ب: المقالات الفورية:

التي مكنت النشطاء وكذا المهنيين من صحفيين وناشرين من إمكانية نشر المحتويات عبر منصة فايسبوك لتصل في غضون ثوان إلى عدد لا يستهان به من المستخدمين، ما مكّنهم من تحقيق مكاسب مالية لم يصلوا إليها نظير عملهم في محطات الإعلام العادية، ولم تكتفي الشبكة بذلك بل الأمر تعدها إلى اعتماد إجراءات أخرى تعتمزم من خلالها فايسبوك تعزيز نشاطها الجديد المتمثل في صناعة الأخبار عبر إطلاق خدمة فايسبوك لايف Facebook Live التي تسعى من خلالها الشبكة لمساعدة الإعلاميين في نقل وتداول مقاطع الفيديو مباشرة من مواقع الحدث.

¹ كيف تحول فايسبوك إلى منصة لنشر الأخبار والشائعات، شوهد بتاريخ 16/03/2017 على الساعة 11:30،

<http://midan.aljazeera.net/miscellaneous/technology/2017/2/13/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%B0%D8%A8%D8%A9/>

² وليد حمود، المقالات الفورية، 2016/09/25، تم التصفح بتاريخ 2017/02/15 على الساعة 19:00،

<https://sitesuccessful-com.cdn.ampproject.org/v/s/sitesuccessful.com/facebook-instant>

وقد شهدت شبكة فايسبوك الجماهيرية* Facebook Audience "كخدمة للناشرين والصحفيين¹، اشتراك مالا يقل عن عشرة آلاف مهني يسعى لتطوير معارفه التقنية في مبادرات تدريبية نظمتها فايسبوك لتكريس توجهها الإعلامي الجديد.

ج: تنظيم ورشات العمل:

وذلك بالتعاون مع هيئات مختصة في مجال الإعلام وأخرى في مجال التقنية من أجل تدريب الصحفيين على كيفية توظيف التقنية في صناعة الأخبار التي أصبحت جزءاً من النظام المكون لشبكة فايسبوك.

د: منح شهادات فايسبوك للصحفيين:

بعد تمكن الصحفي المتدرب لدى فايسبوك من إتقان التعامل مع مختلف الخدمات والمنصات وكذا التحكم في مختلف الأدوات التقنية المتاحة، يتم منح شهادة استحقاق للمتدربين² نظير تحكّمهم في التقنيات المصممة خصيصاً لخدمة القطاع الإعلامي، وقد وضعت فايسبوك مسبقاً بالتعاون مع منظمات ومعاهد مختصة في ميدان الإعلام برنامجاً بعشر لغات لتمكين مختلف المشاركين في المبادرة الصحفية من التعلم بأي لغة تناسبه.

ه: تنظيم دورات التعليم الإلكتروني:

بحيث أطلقت الشركة العديد من المحاضرات الرقمية وكذا الفيديوهات³ التي تشتمل على توجيهات المختصين التي تتمحور حول كيفية توظيف التقنية في المجال الإعلامي بالطرائق المناسبة.

وبذلك تكون فايسبوك قد اقتنحت عالم غرف الأخبار بخلق دور جديد للمستخدمين يمكنهم من نشر وتشارك محتويات من إنتاجهم، وحتى أنها مكنت الصحفيين من استغلال حساباتهم وصفحاتهم عبر منصة فايسبوك لطرح مقالات وأفكار لا يسمح لهم بتداولها أو نشرها على مستوى المؤسسات الإعلامية التي يعملون لصالحها.

¹ أحمد الخضّر، فايسبوك تعلن رسمياً عن شبكة الإعلانات، 2014/05/1، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 على الساعة 15:30،

<https://aitnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/aitnews.com/amp>

² محمد حبش، فايسبوك تطلق كورس تعليمي للصحفيين في الشبكات الاجتماعية، 2017/04/10، تم التصفح بتاريخ 2017/04/25 على الساعة

<https://www.tech-wd.com/wd/2017/04/10/%D9%81%D9%8A%D8%B3%2017:00>

³ Lucia Moses, **One year in, Facebook Journalism Project gets mixed reviews from publishers**, 2018.

<https://digiday.com/media/one-year-facebook-journalism-project-gets-mixed-reviews-publishers/>

ولتقييم مدى التفاعلية مع المقالات المنشورة من قبل الإعلاميين عبر منصة فايس بوك، فقد أتاحت الشركة خاصية "كراوند تانغل Croun Tangle" أي اللقاءات الجماعية لمتابعة نسب التفاعلية، ناهيك عن إتاحة خدمة 'فايسبوك لايف FaceBook Live' كخدمة للبت والنقل المباشر، والتي لقيت إقبالا من طرف المهنيين أو المستخدمين العاديين في نقل وتداول مقاطع الفيديو مباشرة من موقع الحدث، وهو محاولة جديدة لتدريب الإعلاميين، ويدعم ذلك مشروع 'التحقق الافتراضي Virtual Verification Community الخاص بشهود العيان الذين يظهرون ضمن الأخبار العاجلة* Breaking News"¹، وبهذا تكون فايسبوك قدمت غرضا للأخبار برؤية جديدة كلياً وبفاعلين جدد، وتكون بذلك قد استفادت من كل الاتهامات السابقة للولوج في سوق الإعلام وإرساء واقع إعلامي جديد تتحكم في قواعده، سيما بعد الضجة الإعلامية لوسائل الإعلام بخصوص الشركة والتي وجهت لصالحها بدلا من قلب الموازين ضدها.

ولدعم تصنيفات الأخبار، فقد أطلقت فايس بوك تبويبا بتسمية 'Today In' كميزة لدعم الأخبار المحلية التي تمّ المستخدمين حسب مواقعهم الجغرافية أين سيظهر في شكل قائمة عبر موقع فايسبوك الاجتماعي، تحوي معلومات متعلقة بالموقع الجغرافي المتواجد ضمنه كل مستخدم ووفقا لنسبة تدولها بين النشطاء.

وتركز فايسبوك حاليا على أشكال عرض الأخبار، على غرار البث المباشر، البث ثلاثي الأبعاد والمقالات الفورية بالتعاون مع وكالات الأنباء لدعم مصداقية مشروع الصحافة الذي أطلقتته الشركة نهاية العام 2017، كروية إعلامية إخبارية تسعى من خلالها الشركة إلى تحقيق أهداف مسطرة مسبقا وهذا ما أكدته مديرة المنتجات الرقمية لدى فايسبوك 'فيجي سيمو Ciman Vijy' التي تقود المشروع المذكور في تصريح قالت فيه "نحن نعمل على هذا المشروع منذ مدة طويلة، فشركاؤنا الإعلاميون يريدون تعميق الروابط، ليس فقط على مستوى الأعمال التجارية، ولكن على مستوى المنتج و الهندسة أي التصميم"؛ تأكيدا منها على الرغبة في خلق الجديد دائما، الجديد الذي يخدم المستخدمين على اعتبارهم شركة تقنية رائدة دخلت مجال الإعلام بوجه مغاير لا يعتمد فيه على معايير تقليدية، وإن وجد هذا الاعتماد فهو بشكل نسبي، وهذا ما يؤكده تصريح الرئيس التنفيذي لشركة فايسبوك 'مارك زوكربيرغ' الذي قال فيه: "نحن لسنا شركة إعلامية

¹ فايسبوك من منصة للشائعات إلى مركز للأخبار، شوهد بتاريخ 30 /02 /2017 على الساعة 15:16،

تقليدية أو شركة تقنية تقليدية، إننا نبني التقنية التي تساعد الناس على التواصل والحصول على المعلومات، وهذا يعني العمل جيدا مع صناعة الأخبار¹.

وبالتالي فـشركة فايسبوك عبر مختلف مساعيها قد رسمت خارطة طريق مكنتها من تغيير استراتيجياتها التي وجهت نحو مجال الإعلام الذي تحول من محور اهتمام إلى ميدان تنشط فيه الشركة عبر عدة خدمات ومشاريع واتفاقيات صاغتها لدعم توجهها الجديد نحو الإعلام والذي تتنافس فيه رفقة مجموعة كبيرة من الشركات التقنية التي بدورها دخلت سباق المنافسة.

✓ بالنسبة لشركة تويتر:

كما يعتبر تويتر من بين المنافسين الأوائل في هذا الصدد، بحيث أصبح المنافس الشرس لوكالات الأنباء العالمية، أين أصبح يقدم الأخبار الآنية والعاجلة للمستخدمين.

وقد أظهرت إحصاءات 2017" أن 317 مليون مستخدم حول العالم، يستخدمون تويتر بشكل دائم، منهم 11.1 مليون مستخدم في البلدان العربية التي تتقدمها السعودية بـ 1.7 مليون مستخدم بنسبة 8.1 بالمئة من إجمالي عدد السكان على الشبكة، واحتلت منطقة الخليج العربي المرتبة الأولى عالميا من حيث نسب استخدام تويتر أين سجلت نسبة 1.7 مليون حساب في الإمارات العربية المتحدة لوحدها وارتفعت هذه النسب بشكل ملحوظ في غضون السنوات الأخيرة. وقد أدرجت شركة تويتر أسهمها في بورصة نيويورك منذ خمس سنوات تقريبا وهو ما رفع من قيمة الشركة الإجمالية إلى 14.4 مليار دولار²، وهو رقم يصعب تحقيقه في غضون بضعة سنوات مقارنة بكبريات وكالات الأنباء العالمية التي لم تسجل مثله رقما طيلة مسيرتها.

هذه الأرقام المرشحة دوما للتنامي ساهمت في جعل تويتر وكالة أنباء قوية ماليا تمكّنها من البقاء في السوق العالمية وجذب المعلنين إلى هذه المنصة التي دخلت ميدان الإعلام لأغراض ربحية وأخرى إخبارية.

وسعيها منها إلى تطوير منصة التدوين الاجتماعية، فقد أطلقت شركة تويتر عدة ميزات تمكّن المغردين من متابعة كل الأخبار الجديدة وحتى التي فاتتهم فرصة تتبعها، وتعد ميزة العالم الجديد الموسومة بعبارة 'عندما تكون بعيدا،

¹ فيسبوك تطلق مشروع الصحافة لتعزيز علاقتها بالإعلام، 2017/01/12، تم التصفح بتاريخ 2017/10/25 على الساعة 16:22،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/>

² عمر أحمد، إحصائيات تويتر في العالم العربي-2017، تم التصفح بتاريخ 2017/12/05 على الساعة 14:00،

<https://weedoo-tech.cdn.ampproject.org/v/s/weedo.tech/%D8%A5%D8%a>

تويتر يقترب منك' من الخصائص التي لقيت رواجاً كبيراً بين المغردين الذين تغيّبوا عن متابعة حساباتهم لفترة معينة، فتويتر يضمن لهم متابعة كل ذلك عبر الإطار الزمني المخصص للأخبار في فترات زمنية متعاقبة.

وفي وقت مضى فقد أعلن مسؤولوا تويتر عن تحديثات جديدة تسهل تجربة الاستخدام على غرار ميزة توجيه التغريدات حسب الموقع الجغرافي إلى جانب توفير أداة تسجيل وتعديل مقاطع الفيديو الجديدة بالنسبة للمستخدمين.

يذكر أن تويتر كشبكة اجتماعية، فإن عدد مستخدميها في اليوم الواحد فاق " معدله 284 مليون مغرد، 140 مليون منهم من الو.م.أ¹، وهو رقم لم تحققه وكالات الأنباء من نسب تصفح الزوار لمواقعها الرسمية طيلة سنوات.

كما طرحت تويتر في وقت مضى نظاماً للأخبار العاجلة الذي يرسل للمستخدمين الأخبار في شكل تنبيهات فورية إلى هواتفهم الذكية.

وبالتالي فتويتر وفي غضون سنوات قلائل تحول إلى المنافس الأول لوكالات الأنباء التي تراجع دورها بتراجع دور وسائل الإعلام التقليدية موازاة مع تنامي وتطور الدور الجديد الذي تقوده شركات التقنية كأحد أبرز الأطراف الفاعلة في صناعة المشهد الإعلامي.

✓ بالنسبة لشركة ألفابت "غوغل سابقاً":

ويوتيوب كخدمة تابعة لشركة غوغل، فليست بمعزل عن مثل هذا التوجه الجديد لشركات التقنية، فباعتباره من أشهر خدمات شركة غوغل التي دخلت عالم الإعلام، وفي هذا الإطار فقد طرحت شركة غوغل العديد من الخدمات المدرجة تحت خدمة يوتيوب التي تعد خدمة 'يوتيوب تي في YouTube TV' التي طرحت العام 2017 من أبرز خدمات غوغل التي مكنتها من ولوج السباق التنافسي في مجال الإعلام.

يوتيوب TV كخدمة "اللبث الحي لأكثر من 40 مزوداً، بحيث تمكن من الوصول إلى محتويات لكبريات شبكات البث والتي من بينها: CBS , ABC, FOX, NB، ناهيك عن التغطية الرياضية من شبكة ESPN²".

¹ عدد مستخدمي تويتر بلغ نصف مليار واللغة العربية تحتل المرتبة السادسة، 2012/07/31 تم التصفح بتاريخ 2017/02/15 على الساعة

<https://amp-france24-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.france24.com/ar/20120731-%D8%A,10:00>

² أحمد عنتر، غوغل تعلن عن خدمة تلفزيون يوتيوب تي في، 2017/03/01، تم التصفح بتاريخ 2017/03/17 على الساعة 18:00،

<https://aitnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/aitnews.com/2017/03/01/%D8%A>

ولا تتوقف خدمة يوتيوب تي في على المحتوى التلفزيوني فحسب بل تتيح فرص الوصول إلى خدمة يوتيوب ريد و YouTube Red التي توفر خدمة الحصرية في البث الرقمي لحملة من المسلسلات والأفلام دون وجود فواصل إعلانية. وتوفر خدمة يوتيوب تي في خدمة السحابة (Cloud)¹ التي تمكن من تخزين البرامج والمحتويات الرقمية والعودة إليها في أي وقت شريطة عدم تجاوز المدة التسعة أشهر.

هذه الخدمات المدفوعة بسعر "35 دولار شهريا، تمكن المستخدمين من الحصول على برامج ومحتويات حصرية، وهي ميزات تقنية لا توفرها القنوات الإعلامية، ناهيك عن شبكات أخرى خاصة منها شبكة 'فوكس سوسر بلاس Fox Soccer Plus' التي تتيح متابعة كأس العالم لكرة القدم ودوري أبطال أوروبا ودوري أبطال الكونكاكاف بسعر 15 دولار شهريا². تلك الخدمات كانت متاحة في أمريكا وحسب لكنها بدأت في الانتشار تدريجيا إلى باقي دول العالم بحسب طلبات المستخدمين الذين يفضلون الجودة والحصرية في متابعة البرامج على المجانية التشاركية التي توفرها المؤسسات الإعلامية التقليدية.

وفي تفسير طرحته دانا فيتز Danna Vitter ' مديرة برامج التسويق الموسيقي في اليوتيوب، أكدت فيه على فكرة الحصرية والتفرد في المحتويات الرقمية عبر منصة يوتيوب قائلة: (:إننا نتطلع إلى كيفية جلب محتويات استثنائية وغير عادية إلى مشاهديننا)؛ وتعد أول تجربة إعلامية لشركة غوغل عبر منصتها يوتيوب كانت العام 2009، أين نقلت أكبر حدث فني في الـم.أ والذي تمثل في برنامج "أليسيا كيز Alichia keys³ الفني، ومن ذلك الحين بدأت يوتيوب محادثات مع مسؤولي أكبر المهرجانات الأمريكية لتمويلها والتفرد بعرضها.

وبالفعل فقد حصدت يوتيوب أرباحا طائلة من هذا الدعم، ففي ألمانيا لوحدها تحول ما يزيد ع"ن 37 شركة تجارية عالمية إلى طرح إعلاناتها في خدمة يوتيوب، بالإضافة إلى توجه ما يعادل 55 بالمئة من متاجر التسوق العالمية لاستخدام هذه المنصة، وحسب إحصائيات عام 2013 فقد حصدت يوتيوب موارد مالية قدرت ب2مليار دولار من الإعلانات ما جعلها تتصدر قائمة الشركات ذات الإيرادات العالية عالميا بنسبة 49.3 بالمئة تليها في ذلك فايسبوك بنسبة 17.5 بالمئة وفي المركز الأخير تويتر بنسبة لا تتعدى 2.4 بالمئة⁴.

¹ المرجع السابق نفسه.

² المرجع نفسه.

³ يوتيوب تنافس شبكات التلفزيون بيث حي للمهرجانات الموسيقية، 2011/08/14، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 على الساعة 14:00،

<https://www.alitihad.ae/mobile/details.php?id=75608&y=2011>

⁴ المرجع نفسه.

من هنا تحولت غوغل لما توفره من أخبار ومواد فيديو تتولى تسويقها بنفسها، تحولت إلى شركة مهمة في الإعلام وبدأت ترسي معالم لإقصاء المهيمنين على سوق البث المرئي.

ويكمن الفارق الرئيس بين يوتيوب والشبكات التلفزيونية في الاستثمار في إنتاج المحتويات الرقمية التي تنفرد به يوتيوب نظرا للعائدات المالية والأرباح القياسية التي حققتها الشركة في غضون سنوات قلائل بالرغم من أن اهتمامها ارتكز بداية على كيفية تسهيل عملية نقل البرامج أكثر مما يتعلق بإبداع وصناعة المحتوى، هذا ما أكدته "فيتتر Vitter" ولكن الأمر تغير إلى الرغبة في صناعة المحتوى والوصول إلى خبراء يمكنهم صناعة محتوى خاص بيوتيوب دون سواها، وهذا ما أدلت به "فيتتر" في تصريح قالت فيه (نحن نسعى للوصول على شريك لديه محتوى)¹.

وكمحاولة جادة لاكتساح عالم الشبكات التلفزيونية والسيطرة عليه نظرا لزيادة عدد المستخدمين وتنوع طلباتهم من جهة، ونظرا لما تدره جودة البرامج الرقمية المقدمة من جهة أخرى، كان ذلك من أهم الدوافع التي تقف خلف التوجه الإعلامي لشركة غوغل وبالأخص يوتيوب كأحد أهم فروعها وأشهر خدماتها.

✓ بالنسبة لشركة نتفليكس:

تعتبر 'نتفليكس Netflix' أحد أكبر شركات الترفيه الأمريكية التي نقلت نشاطها من البث التلفزيوني المتواصل عبر الإنترنت مع مجموعة ضخمة من المحتوى عبر 190² دولة عبر العالم إلى خدمة صنع المحتوى الرقمي من أفلام وعروض تلفزيونية... إلخ، كخطوة أولى لصناعة الإعلام نظرا لاعتباره من أهم القطاعات المرحة ذات الجماهيرية الواسعة.

ويعد 'فيلم Death Note' كذا 'سلسلة House OF Cards'³ من أهم المحتويات التي تم عرضها عبر منصة نتفليكس والتي ساهمت في انتشار استخدامها والإقبال عليها من قبل المستخدمين بكثرة على الرغم من أنها مدفوعة، بحيث تمكن المستخدمين من مشاهدة كامل المحتوى الموجود عبرها من خلال اشتراك شهري يضمن إمكانية الوصول إلى العروض والأفلام وكذا المسلسلات من خلال تطبيقات الهاتف المحمول أو شاشات التلفزيونات الذكية مع إمكانية مشاهدة العروض عبر الموقع الخاص بالخدمة، وأغلب هذه العروض إما مدبلجة أو مترجمة.

¹ المرجع السابق نفسه.

² سمير سليم، خدمة نتفليكس تغطي رسميا أغلب المنطقة العربية. فتعرف عليه، 2016/01/07، تم التصفح بتاريخ 2017/04/25 على الساعة 15:00 <https://www.arageek.com/tech/2016/01/07/all-what-you-need-to-know-about-netflix.html>

³ نتفليكس تضيف ثمانية ملايين مشترك لمنصته، 2018/01/23، تم التصفح بتاريخ 2018/02/12 على الساعة 13:30، <https://arabic.cnn.com/tech/2018/01/23/netflix-earnings>

توفر خدمة نتفليكس ثلاث باقات شهرية¹، تختلف من حيث دقة المشاهدة وإمكانية المشاهدة على أكثر من جهاز، أما عن الثلاث باقات فهي كالآتي:

- باقة BASIC: تمكن من مشاهدة كامل محتوى نتفليكس عبر شاشة واحدة وبالجودة الاعتيادية بسعر 7.99 دولار للشهر الواحد.
 - باقة STANDARD: تمكن من مشاهدة المحتويات بجودة عالية 'HD' وعلى شاشتين مختلفتين بسعر 10.99 دولار في الشهر.
 - باقة PREMIUM: وهي الباقة الأعلى من باقات نتفليكس والتي تمكن من المشاهدة بجودة فائقة 'HD' FULL إلى جانب إمكانية المشاهدة بجودة عالية فقط 'HD' وعلى أربع شاشات في وقت واحد وبسعر 13.99 دولار شهريا.
- تجدر الإشارة إلى أن نتفليكس تمنح فرصة التجربة المجانية للباقات لمدة شهر كامل وعلى أربع شاشات بجودة عالية، مع توفير خاصية إلغاء الاشتراك قبل التجديد والذي يتم تنبيه المستخدمين للخدمة بضرورة تجديد الاشتراك قبل ميعاده المحدد لتفادي الخصم المباشر من الحساب دون علم المستخدم.

وعليه فقد تحولت شبكة نتفليكس إلى شبكة إعلامية رقمية بمنتجات حصرية بجودة عالية، توفر خصائص وميزات لا يمكن إيجادها على مستوى الشبكات التلفزيونية التقليدية، بحيث تسجل ما "يفوق 100 بليون ساعة مشاهدة شهريا أي بمقدار عشرات التيرابايت في الثانية الواحدة خلال فترات الذروة سيما لاتصالها بخدمات تزويد محتوى كخدمة 'Open Source' العالمية² وهي أجهزة تزويد بخدمة الإنترنت عالميا تعمل وفق خاصية التزويد السحابي للتدفق، ونظرا للقدرة المالية لشركة نتفليكس فقد تعاقدت مع هذه الشركة العملاقة منذ سنوات لضمان محتويات عالية الجودة ومرونة في تدفقها لمستخدمي منصة نتفليكس الذين يميلون إلى خدمات الفيديو تحت الطلب أكثر من مشاهدة البرامج التلفزيونية على المحطات التقليدية التي باتت تخلو مضامينها من الإبداع الدرامي وسيما التقني، جاء هذا نتيجة لاستفتاء أجرته الشركة للمستخدمين في أوروبا والو.م.أ والذي أكد على النزوح الجماهيري نحو العام الافتراضي.

وتواجه بدورها نتفليكس منافسة شرسة من قبل شركات أخرى على غرار كل من شركة 'HULU' وكذا شركة 'واي فو WAVO' في مجال البث وصناعة المحتوى الرقمي والحصرية في عرض المحتويات، وهي سباقات جديدة

¹ تيم عبيد، نتفليكس خدمة لعرض الأفلام والمسلسلات، 2016/08/07، تم التصفح بتاريخ 2017/01/15 على الساعة 15:30،

<https://www-enabbaladi->

[net.cdn.ampproject.org/v/s/www-enabbaladi.cdn.ampproject.org/v/s/www-enabbaladi.net/archives/96357/amp](https://www-enabbaladi-net.cdn.ampproject.org/v/s/www-enabbaladi.cdn.ampproject.org/v/s/www-enabbaladi.net/archives/96357/amp)

² هادي أحمد، معلومات وحقائق عن خدمة نتفليكس لم تكن تعرفها من قبل، 2017/07/21، تم التصفح بتاريخ 2017/09/25 على الساعة

<https://www-samma3a-com.cdn.ampproject.org/v/s/www-samma3a-com/tech/ar/netflix-facts>، 14:00

لشركات تقنية دخلت لعبة الإعلام وسيطرت على صناعته، مرتكزة في ذلك على فكرة إلزامية التغيير وهذا ما أكده مدير شركة نتفليكس 'ريد هاستينغر Read Hastenger' في قوله: " لا تخافوا من التحرك قدما ولا تقلقوا من التغيير وإلا ستجاوزكم المشاريع الإبداعية على الإنترنت¹، لأن التغيير هو أساس الإبداع في العالم الافتراضي.

بالرغم من المنافسة تتمتع نتفليكس بعدد لا يستهان به من المشتركين حول العالم، إذ يصل عدد مشتركها إلى ما لا يقل عن " 33 مليون مشترك، تمكنت من جذب ملايين مشترك صائفة عام 2013، وقد أنفقت ما يقارب 60 مليون دولار² على إنتاج البرامج التلفزيونية .

كما توجد شركات أخرى تخوض المنافسة الإعلامية الجديدة بين شركات والتي من بينها شركة 'سناپ تشات SnapChat' وكذا خدمة 'انستغرام Instagram' بحيث تسعى الأولى أي سناپ تشات إلى تزويد مستخدميها بأهم ما تداوله في المجالات العالمية في شكل مقتطفات إخبارية ضمن قسم 'كتشف Discover' وكذا تمكن المستخدمين من تداول مقاطع الفيديو عبرها، أما انستغرام فتتيح تشارك مقاطع الفيديو والصور بدرجة أولى بين المستخدمين، وهو ما سمح للنشطاء الاجتماعيين من خلق ممارسات جديدة يلعب فيها المستخدم دور الصحفي والناشر عبر منصات اجتماعية تفاعلية ذات قاعدة استخدام واسعة النطاق.

وبالتالي فهذه النقلة النوعية الملحوظة لشركات التقنية التي باتت تمارس الإعلام وتساهم في إنتاجه بل وصناعته، بحيث فتحت المجال أمام المستخدمين للمشاركة في صياغة الواقع الإعلامي الجديد جعلها تحصد أرباحا خيالية وتستقطب عددا هائلا من المعلنين وتستحوذ على متابعة جماهيرية تقدر بأرقام قياسية، سهل عليها عملية الممارسة الإعلامية بمنظور مغاير مبني على رؤى حديثة تسطرها شركات التقنية تسعى للسيطرة على القطاع الصحفي عبر محاولات لإرضاء وجذب المستخدمين إلى خدماتها ومنصاتها وحتى تطبيقاتها، وللحفاظ على هذا المكسب الجماهيري وتوسيع قاعدة الاستخدام أكثر فأكثر، فهي تطور من خوارزمياتها وتقنياتها وأنماط عرضها للمحتويات الرقمية بشكل أفضل من المؤسسات التقليدية التي راحت هي الأخرى تنضم إلى لواء هذه الشركات في إطار استحواذات تقودها شركات التكنولوجيا ذات توجهات وأنشطة مختلفة من حيث طبيعة الأداء الذي تستدعيه.

¹ المرجع السابق نفسه.

² سمير سليم، مرجع سبق ذكره.

ثانيا: طبيعة شركات التقنية ذات التوجه الإعلامي:

1. الشبكات الاجتماعية:

باتت شركات التقنية مؤخرا منبرا إعلاميا بامتياز، فقد تمكن أصحابها في ظرف وجيز من التحكم في صياغة الواقع الإعلامي الجديد عبر جملة من الخدمات التفاعلية التي سحبت البساط الذي تسير عليه المؤسسات الإعلامية، وخلقت أدوارا ومهام إعلامية لم تكن موجودة من ذي قبل، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أشهر هذه المنصات التفاعلية التي غيرت المسار الإعلامي، ففايس بوك، تويتر، سناب تشات، يوتيوب وانستغرام تعد من أكثر الشبكات الاجتماعية تأثيرا على المجال الصحفي والرقمي ككل، بحيث أرست معالم عصر جديد يحمل عنوان 'عصر الشبكات الاجتماعية' التي أصبحت تخلق التفوق حتى على المؤثرات الواقعية نفسها.

أ: شبكة فايسبوك:

لقد أصبح فايسبوك منذ تأسيسه سنة 2004 والذي أطلقه 'مارك زوكربيرغ' على شكل تطبيق يحمل تسمية 'The Facebook' لصالح طلبة جامعة 'هارفارد'، تم تطويره من قبل زملاء 'زوكربيرغ' وزميله 'إدوارد سافرين' ¹ Edward Savarin وبدأ يستخدم ضمن نطاق جامعات أمريكية بغرض تبادل الصور وبعض الآراء ضمن موقع جامعي أمريكي يحمل تسمية 'Facebook' الذي سرعان ما تطورت خوارزمياته وتحول إلى شبكة اجتماعية العام 2006 أين تم الاعتراف به رسميا من قبل عدة منظمات وشركات تقنية.

وبحلول سنة 2009 تطور الموقع الاجتماعي كثيرا نظرا لجملة الإضافات والتعديلات وكذا التحديثات المستمرة على مستوى خوارزمياته سيما المتعلقة بجانب الإعلانات التي بلغت 777 مليون دولار في هذه السنة (2009)²، وقد ساهم تطور هذه الخوارزميات في تسهيل تجربة المستخدمين الذين وجدوا في الموقع الاجتماعي الجديد فايسبوك متنفسا لتبادل الأفكار والإدلاء بوجهات النظر دون ضغوط. هذا الإقبال من طرف النشطاء على المنصة جعل من مؤسس 'زوكربيرغ' أصغر ملياردير في العالم في غضون سنوات فقط.

ونظرا للتفكير الاستراتيجي الذي يتمتع به 'مارك زوكربيرغ' بصفته الرئيس التنفيذي لشركة فايسبوك، فقد أطلق العديد من المبادرات التي استقطبت إعجاب ملايين الأفراد عالميا والذين سرعان ما تحولوا إلى مستخدمين لمنصة فايسبوك في غضون بضعة أشهر، وهذا ما كان يهدف إليه رئيس مجلس إدارة فايسبوك 'مارك زوكربيرغ' الذي أكد بأن رؤيته الرقمية بدأت تتحقق في تصريح قال فيه: "الآن نرى ذلك، نرى مستقبل الواقع الافتراضي والشبكة الإعلامية الاجتماعية الأكثر

¹ Nicholas Carlson , At last — the full story of how Facebook was founded, 5/03/2010, visited on 15/02/2017 at 09 :30, <http://www.businessinsider.fr/us/how-facebook-was-founded-2010-3#we-can-talk-about-that-after-i-get-all-the-basic-functionality-up-tomorrow-night-1>

² Tom Johansmeyer, Facebook's Financials Revealed [FACEBOOK S-1], 01/02/2012, vue le 15/01/2017 à 14 :00, <https://www.business2community.com/facebook/facebooks-financials-revealed-facebook-s-1-0127737>

شعبية في العالم التي خططنا لها"¹، كما اعتبر أن تطوير شبكته عبر تقنيات الواقع الافتراضي تحتاج إلى وقت حتى تكون مرضية من حيث الاستخدام.²

وعليه، فمسمى مسؤولي فايسبوك من جعلها شبكة إعلامية اجتماعية عالمية كان واضحاً منذ البداية، فتعزيز الشركة من جهودها المتحصدة من خلال أنشطتها المتعددة وخدماتها المختلفة وكذا شراكاتها واندماجها مع العديد من المؤسسات الناشطة في المجالين التقني والإعلامي؛ واقتحامها لسوق الإنتاج الدرامي المرئي يعد من أبرز مظاهر رغبتها في غزو عالم الأخبار بصفة خاصة والإعلام عموماً.

فاستراتيجيات فايسبوك تغيرت كلياً من مجرد منصة تشاركية إلى شركة تتحكم في مختلف المعارف والمحتويات الرقمية المنتجة من قبل المستخدمين على منصتها الاجتماعية، أين أصبحت تستغل ممارسات النشطاء للتعرف على خصائصهم ومحاولة تغيير سلوكياتهم عبر استغلال بيانات المستخدمين لإطلاق خدمات وخصائص جديدة لتطوير أداء فايسبوك من جهة وللحصول على تجارب استخدام جديدة تعبر عن هويات المستخدمين التي أصبحت تشكل محورا تجارياً مربحاً بين مختلف شركات الاتصالات عالمياً، هذا ما تؤكدته خبيرة الحواسيب 'جينيفر غولبيك' Jeniffer Golpik التي تصف ظاهرة استغلال قواعد البيانات "بالكواليس الخفية من العالم الافتراضي الذي نعيشه جميعاً، سيما سلوك المستخدمين على الشبكات الاجتماعية خصوصاً فايسبوك"³؛ معتبرة هذا النمط من التفكير الجديد لشركات التقنية هو محاولة للتغيير من طبيعتها التكنولوجية، مضيئة في ذات السياق أن الحياة الواقعية للنشطاء الاجتماعيين عبر فايسبوك يمكن من الوصول إلى مؤشرات عبر الممارسات الافتراضية على مستوى المنصة.

ونجاح فايسبوك مرتبط بذلك الانتشار الفيروسي لقاعدة الاستخدام بفعل ميزات تشارك المحتوى المتاحة التي مكنت شركة فايسبوك من تحقيق إيرادات من مجال الإعلانات التي دخلت في دائرة التسويق والإعلان الشبكي عبر موقع فايسبوك بهدف الوصول إلى أكبر تغطية جماهيرية ممكنة، وهذا ما جعلها تتحول من مجرد شبكة للدردشة والترفيه إلى منصة إعلامية قد سحبت كل مقومات الإعلام لصالحها وغيرت من معاييرها بشكل يخدم تطلعاتها من خلال السيطرة على واقع الاستخدام والتحكم في صياغة الأحداث وهذا ما يؤكدته 'نيكولاس كريستاكس' Nicolas cristax ' في قوله "إن فايسبوك يتحكم في تفاصيل دقيقة من حياة المستخدم بشكل سلس وخفي، وبطرق لا يعلمها ولكنها تؤثر على حياته ذاك التأثير الكبير"، بل وأصبح فايسبوك يصنع الإعلام الاجتماعي ويرسي قواعده، نظراً لقدرته على حشد الجماهير

¹ Peter Kafka, Zuckerberg : **Facebook Will have Business Plan in three years**, 10/10/2008 , visited on 23/03/2017 at 09 :00, <http://www.businessinsider.com/2008/10/zuckerberg-facebook-will-have-a-business-plan-in-three-years>

² فايسبوك ترى مستقبلاً في الواقع الافتراضي، 2017، <https://www.alhurra.com/a/vr-facebook/344139.html>

³ عماد أبو الفتوح، محاضرات تيد تشرح لك قوة وتأثير شبكات التواصل، 2017/07/24، تم التصفح بتاريخ 2018/02/15 على الساعة 15:30، <http://midan.aljazeera.net/reality/community/2017/7/24/%D9%85%D8%AD%D8%A7%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%8A%D8%AF-%D8%AA%D8%B4%D8%B1%D8%AD-%D9%84%D9%83-%D9%82%D9%88%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84>

المستخدمة له وكذا تغيير الرأي العام في وقت وجيز وهو ما أكده 'كلاي شيركي Klay Chirky ' الذي اعتبر ميزان القوة يصب دائما لمصلحة الشبكات الاجتماعية سيما فايسبوك كخط مواز من الصعب السيطرة عليه مقابل الصحافة الرسمية المسيسة"¹.

ب: شبكة تويتر:

على صعيد آخر، تعتبر منصة تويتر كخدمة تتمتع بسهولة الاستخدام، أين تمكن المستخدم من متابعة العديد من النشطاء المثيرين للاهتمام وقراءة محتواها بلمحة قصيرة، وتتيح خاصية التدوين ضمن مدونات مصغرة في إطار ما يعرف بالتغريدات 'Tweets' والتي لا يتجاوز نصها 280 حرفاً²، للحفاظ على سهولة الاستخدام وخاصية التركيز في محتوى التغريدات.

تويتر ومنذ إنطلاقه عام 2006، من قبل العديد من المطورين الذين من بينهم 'جاك دورسي Jak Dorsey'، الذي أصبح من أشهر الشخصيات الثرية عالميا في غضون سنوات³، بفعل التحديث المتواصل لطرائق التدوين ونظرا لتحوله إلى منبر لتواجد الشخصيات العامة في مختلف المجالات بحيث يتم الحصول على مختلف المستجدات المتعلقة بهم بشكل مباشر من منصة تويتر التي تحولت إلى وكالة أنباء نظرا لخاصية القصص المصغرة المندرجة في إطار التدوينات، فلم يعد مجرد منصة لنقل الأخبار أو التواصل السريع من خلال عبارات مركزة، بل تحول إلى منصة القصص الخيالية والحسابات الملهمة والتجارب المبتكرة في الخيال والرواية والقصص، بل تعداه إلى مجال التسويق والعلامات التجارية التي تسعى لاقتناص أخبار المشاهير المتواجدين عبر هذه المنصة. وهذا ما جعل منها منصة متعددة الاستخدامات الواقعية والخيالية.

¹ عماد أبو الفتوح، مرجع سبق ذكره.

² تويتر يختبر زيادة الحد الأقصى للتغريدة إلى 280 حرفاً، 2017/09/27، تم التصفح بتاريخ 2017/12/15 على الساعة 15:55،

<https://amp.france24.com/ar/20170927-%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-%D8%AA%D8%BA%D9%8A%D9%8A%D8%B1-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D9%83%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D8%AA>

³ Gil Paul, What Is Twitter & How Does It Work ?, 05 /02/218, visited on 22/05/2018 at 19 :30

<https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>

هذا التغير النمطي في خوارزميات تويتر زاد من نسب الاشتراكات عبر الخدمة الاجتماعية، نظرا لقدرة المستخدم على التدوين والنشر الحر دون الحاجة إلى تكاليف تذكر، سيما بعد ظهور نمط يدعى "Suggested Reading" الذي يظهر ضمن الجدول الزمني الخاص بالمستخدم بحيث يعرض التغريدات والأخبار المهمة بالنسبة له والتي تكون في شكل قصص مصغرة تستهوي النشطاء، دفع ذلك بمسؤولي الشركة إلى تغيير اتجاهات المستخدمين كمستهلكين للمحتويات الرقمية والإعلامية وتوجيهها نحو شبكة تويتر كوافد جديد وقوي يملك من المقومات التقنية والفنية والجماهيرية على وجه التحديد ما تعجز عن اكتسابه وكالات الأنباء العالمية.

وقد باتت تويتر تخلق أبعادا إعلامية جديدة بأطراف فاعلة يمثلها المستخدم عبر هذه الشبكة والمدون ضمنها بحيث تنافس بقوة كبريات المؤسسات التي تعد مصادر مختلفة للمعلومات على الصعيد الدولي.

ج: منصة انستغرام:

أما انستغرام الذي تم إطلاقه عام 2010 من قبل 'كيفين سيستروم' Keven Sstrom 'ومايك كرينجر' Mike Kinger²، يعد من أكثر المنصات الاجتماعية الخاصة بتبادل الصور والفيديوهات الأكثر شعبية، بحيث يتيح للمستخدمين إمكانية التقاط الصور وتعديلها ومشاركتها ضمن مجموعات متنوعة من شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها شبكة انستغرام ذاتها، ناهيك عن خاصية الفيديو المتوفرة.

حيث ازداد عدد مستخدمي تطبيق انستغرام من عام 2016 عتبة 300 مليون مستخدم بإضافة خاصية القصص الخيرية³، أيضا بعد "استحواذ شركة فايسبوك على تطبيق انستغرام العام 2012 بصفقة بلغت مليار دولار، هذا وقد تم وضع خطة عمل لتطوير خصائص انستغرام من طرف شركة فايسبوك بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الاستخدام وكذا لتحقيق مكاسب مالية قياسية وللإستفادة من جماهيرية الخدمتين، وفي هذا الصدد يؤكد 'مارك زوكربيرغ' مؤسس فايسبوك ذلك بقوله: "سنلتزم بتطوير وإثراء انستغرام بشكل مستقل"⁴.

¹ نمط جديد لإظهار الأخبار السريعة على "تويتر"، 2017/04/25، تم التصفح بتاريخ 2017/01/15 على الساعة 16:00،

<http://www.mbc.net/ar/programs/mbc-news/technology/articles/%D9%86%D9%85%D8%B7-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%84%D8%A5%D8%B8%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%B9%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89--%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-.html>

² Kevin, **The Instagram Community-One Million Counting**, 20/12/2010, visited on 13/02/2017 at 19 :00, <http://instagram.tumblr.com/post/8755444024/the-instagram-community-one-million-and-counting>

³ خالد عاصم، 200 مليون مستخدم إضافي لتطبيق انستغرام والسبب هو خاصية "القصص اليومية"، 2017/09/26، تم التصفح بتاريخ 16

ماي 2018 بتوقيت 13:03، <https://www.arageek.com/tech/2017/09/26/instagram-new-users-record.html>

⁴ Primack Dan, **Breaking: Facebook buying Instagram for \$1 billion**, 09/04/2012, visited on 24/04/2017 at 12 :30, <http://fortune.com/2012/04/09/breaking-facebook-buying-instagram-for-1-billion/>

وفي وقت مضى أعلنت انستغرام عن إطلاقها لميزة جديدة تحمل تسمية 'Stories'، كميزة مخصصة لمشاركة اللحظات عبر الفيديو والصور بين المستخدمين، تتشابه هذه الخاصية كثيرا مع ميزة أطلقتها سناب تشات مسبقا.

وبالتالي، فهي خصائص ساهمت في إعطاء المستخدم بعدا إعلاميا يعد العنصر المفقود في وسائل الإعلام التقليدية، سيما لقوة مالكة الجديد فايسبوك الذي اكتسح القطاع وأصبح من محركه الفاعلين.

وعلى اعتبار انستغرام تنتمي إلى شركة تقنية وافدة إلى عالم الإعلام فقد شهدت إقبالا ملحوظا من طرف المهنيين في فترة تعاقبت فيها الأحداث على الصعيد العالمي سيما تلك المتعلقة بظاهرة الربيع العربي، أين أصبح الصحفي يلجأ إلى منصة انستغرام لأخذ ما يحتاجه منصور عن الأحداث التي تبادلها المستخدمون والتي يصعب على الإعلامي الوصول إليها لكن الحصول عليها غير مكلف أو مجهد نظرا لتوفر منصة افتراضية تسهل ذلك.

حتى الشبكات الإعلامية التقليدية أصبحت تعتمد مثل هذا التوجه في توظيف المنصات الاجتماعية بهدف استعادة جماهيرها التي تحولت إلى جماهير ناشطة عبر الشبكات التفاعلية مقابل تراجع متابعتها للوسائل التقليدية بشكل غير مسبوق نظرا لخاصية التفاعلية التي تنفرد بها هذه الخدمات.

فقد أطلقت شبكة الجزيرة الإعلامية العديد من المحتويات التفاعلية على قناتها اليومية على منصة انستغرام، وقد أكد 'ياسر بشر' المدير التنفيذي للقطاع الرقمي بالشبكة رغبة الجزيرة في تقديم الأفضل عبر المنصات الاجتماعية في تصريح أعرب فيه عن سعي الشبكة لإطلاق قناتها على منصة انستغرام -بمحتوى وحلة جديدة- إلى الاستمرار في تقديم المنتج الإعلامي المتميز الذي يعده فريق من الإعلاميين الشباب في إطار إستراتيجية الجزيرة للتحويل الرقمي والوصول إلى المتلقي عبر كل المنصات المتاحة. تجدر الإشارة إلى أن عدد متابعي قناة الجزيرة على انستغرام يصل إلى 1.6 مليون متابعا حاليا وهو رقم يفوق المتابعة الجماهيرية للقناة التلفزيونية¹.

كما تجب الإشارة أيضا إلى أن عدد مستخدمي منصة انستغرام عالميا يتجاوز 700 مليون مستخدما نشطا، بينهم 400 مليون مستخدم يومي لخدمة القصص الآنية في التطبيق².

¹ الجزيرة تطلق قناتها على انستغرام بمحتوى تفاعلي جديد، 2017/09/28، تم التصفح بتاريخ 28 أكتوبر 2017 بتوقيت 11:03،

<https://network.aljazeera.com/ar/pressroom/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%AA%D8%B7%D9%84%D9%82-%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%AA%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF>

² حسين موسى، عدد مستخدمي انستغرام يتجاوز 700 مليون شخص، 2017/04/26، تم التصفح بتاريخ 2018/01/18 على الساعة 06:00،

<https://www.electroney.net/289229/%D8%B9%D8%AF%D8%AF%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A-instagram-%D9%8A%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%88%D8%B2-700-%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%B4%D8%AE%D8%B5/>

د: منصة سناب تشات:

ويعد تطبيق سناب تشات 'SnapChat' الذي تم إطلاقه عام 2011 من قبل إيفان سبيغل Evan Spiegel و'بوبي مورفي'¹ Bobi Morvi ، وهو خدمة تواصل اجتماعي لتسجيل وبث وكذا مشاركة الرسائل المصورة (الفيديو)، إضافة إلى الرسومات وإمكانية كتابة النصوص وإرسالها إلى قائمة التحكم في المتلقين.

وتكون هذه الرسائل المصورة ضمن لقطات محددة زمنيا من ثانية واحدة إلى 10 ثواني، هذه اللقطات تحذف من خوادم سناب تشات وكذا من جهاز المستلم.

وقد دعمت الشركة الكاميرا الخاصة بالمحادثات البصرية في محاولة جادة من الشركة إلى خلق ميزة تنافسية تنفرد بها عن باقي الشبكات والمنصات التفاعلية والتي تمكنها من رفع حصتها السوقية والدخول ضمن عالم الأسواق الكبرى. وهذا ما أكده إيفان سبيغل' المدير التنفيذي لشركة سناب تشات في تصريح أبدى فيه رغبتهم في تطوير التطبيق أكثر من خلال التحديثات التي من شأنها أن تشعر الشخص المتحدث بأنه متواجد مع أشخاص آخرين يتحدثون معه في نفس الغرفة، فقد يبدو التطبيق مختلفا قليلا عن طبيعة بقية التطبيقات الأخرى الخاصة بالمحادثات النصية كالسكايب Skype وغيرها، وخاصة التي تدعم مكالمات الفيديو. ولدعم تجارب المستخدمين أكثر وضمان الانتشار ضمن نطاقات واسعة، فقد وفر سناب تشات خاصية 'اكتشف Discover' التي تتضمن مقتطفات تحوي معلومات مختلفة من مجالات عالمية تعرض للمستخدم ضمن هذا القسم كمحاولة من الشركة لولوج مجال الإعلام، ويقدر عدد مستخدمي منصة سناب تشات "حوالي مئة مليون شخص نشط يوميا بنحو 18 بالمئة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي"².

ولضمان أفضل تجربة للمستخدم فقد سبق لشركة سناب تشات وأن أطلقت أول نظارة ذكية تحت تسمية سبكتاكلز Spectacles ذات التصميم الملفت للانتباه بسعر 129 دولار³، والتي تهدف من خلالها الشركة إلى دعم المستخدم في تصوير الفيديو وضمان تجربة سلسلة في مشاركة اللقطات.

وفي إطار الفكر التوسعي لمثل هذه الشركات الناشئة في ميدان التقنية والتي سرعان ما تمكنت من الظفر بحصة سوقية معتبرة مكنتها من الدخول في أسواق أخرى يتصدرها السوق الإعلامي، وفي هذا الصدد فإن رغبة مسؤولي سناب

¹ ماذا تعرف عن سناب تشات؟، 2017/05/24، تم التصفح بتاريخ 2017/09/15 على الساعة 15:30،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2017/5/27/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%B3%D9%86%D8%A7%D8%A8-%D8%B4%D8%A7%D8%AA>

² المرجع نفسه.

³ سناب تشات تكشف عن نظارة بكاميرا فيديو، 2016/9/24، تم التصفح بتاريخ 2017/10/19 بتوقيت 10:00،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2016/9/24/%D8%B3%D9%86%D8%A7%D8%A8-%D8%B4%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D9%86%D8%B8%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A8%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%B1%D8%A7-%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88>

تشات في التطور وتحقيق الريادة التقنية والإعلامية نجدها قد رفضت العديد من محاولات الاستحواذ من طرف كبريات الشركات التقنية والتي تصدرها مبادرة "غوغل عام 2013 بعرض قدرت قيمته بأربع مليارات دولار مقابل عرض فايسبوك والذي قدر بثلاث مليارات دولار أمريكي¹"، وقد رفض 'سبيغل' كلا العرضين نظرا لثقلته في قيمة تطبيقه المرشح للتطور ونظرا لعدد المستخدمين المتنامي باستمرار.

هـ: خدمة يوتيوب:

أما يوتيوب الذي يعتبر من أشهر المواقع العالمية ذات الاستخدام الواسع، فهو خدمة تابعة لشركة 'ألفابت' - غوغل سابقا- متخصص في بث مقاطع الفيديو المجانية والتي يقوم المستخدم بنشرها ومشاهدتها، مع حظر مشاركة المحتويات التي تتمتع بحقوق الملكية كما يمنع تداول أو مشاركة المحتويات الإباحية أو العنصرية أوحثي المشجعة على الإجرام.

خدمة يوتيوب ومنذ إطلاقها عام 2005² إلى غاية الوقت الحالي، أصبحت من أكثر خدمات تداول الفيديوهات استخداما والتي باتت تتميز هي الأخرى بالانتشار الفيروسي للفيديوهات وهي ظاهرة افتراضية ظهرت مع تنامي نسب استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية وهذا ما أكده مدير التوجهات في شبكة يوتيوب 'كيفن ألوكا Keven Alouka' فالخدمة غيرت من سلوكيات مختلف الشرائح المجتمعية التي "هجرت التلفزيون مقابل التوجه نحو شاشات أجهزتهم الذكية والتحول إلى منتجين ومالكين قنوات على اليوتيوب كمنصة قضت على احتكار الصحافة المرئية"³ من طرف وسائل الإعلام.

يوتيوب وفي غضون أشهر من تاريخ إطلاقها أصبحت تتمتع بقاعدة استخدام كبيرة، بحيث أصبحت منذ ذاك الحين المنافس القوي للمحطات التلفزيونية، بحيث تقوم الشركة المسؤولة -ألفابت- للحفاظ على شعبيتها ومنافسة باقي الشركات التقنية أو الإعلامية، بطرح عدة إصدارات وخدمات، ومن جملة الخدمات التي أطلقتها 'خدمة' Unplugged⁴ التي من شأنها السماح للمستخدمين من متابعة جميع قنوات الكابل عبر الإنترنت، كما أطلقت عدة خدمات مشابهة التي تعد خدمة 'يوتيوب تي في' كخدمة للبث الرقمي⁵ لتوفيرها لخاصية الفيديو تحت الطلب للمستهلكين الذين يفضلون

¹ ماذا تعرف عن سناب تشات؟، مرجع سبق ذكره.

² يوتيوب.. عملاق الفيديو الذي انطلق ب"حديقة الحيوان"، 2016/06/05، تم النصفح بتاريخ 2017/10/12 على الساعة 21:30،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2016/5/14/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8-%D8%B9%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%8A-%D8%A7%D9%86%D8%B7%D9%84%D9%82-%D8%A8%D9%80-%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%8A%D9%88%D8%A7%D9%86>

³ المرجع نفسه.

⁴ David Steele, **Google's YouTube Unplugged TV Service**, 12/01/2017, visited on 15/01/2018 at 12 :08, <https://www.androidheadlines.com/2017/01/googles-youtube-unplugged-tv-service-may-be-imminent.html>

⁵ Elyse Betters, **What is YouTube TV, Which channels does it offer, and how does it work ?**, 12/03/2018, visited on 15/03/2018 at 14 :20,

الحصرية التي تكفلها المنتجات الرقمية المدفوعة على مجانية المضامين الإعلامية في الشبكات التلفزيونية في محاولات من الشركة لخلق فضاء رقمي جديد يتحكم في عالم الفيديوها والسيطرة على عالم إنتاج الهوية الرقمية وتصميمها عبر التحكم في تدفق البيانات، ويؤكد 'كاي أوبريك Kay AUberpirk' المدير المسؤول عن العلاقات العامة في غوغل ذلك في أحد تصريحاته التي كشف من خلالها حاجتهم كشركة إلى هذه البيانات لتقديم اقتراحات تسهل عملية البحث¹. هي كلها محاولات تستغلها 'غوغل' التي تقدم نفسها على أنها شركة تقنية في حين تمارس الإعلام بطرائق مختلفة تفاديا للضرائب التي قد تفرض عليها وتجنباً لقوانين المجال الجديد.

2. مزودوا خدمة الإنترنت:

تسعى غالبية شركات التقنية الناشطة في قطاع الاتصالات والإنترنت إلى تحقيق أهداف مسطرة ضمن أجنداتها التوسعية، لخلق السيطرة على المجال التقني الذي تنشط فيه وللقضاء على منافسيها في السوق التكنولوجي، ويهدف دخول أسواق جديدة وإقصاء مؤسسات أخرى رائدة في مجالات معينة، وتعد الشركات المزودة بخدمة الإنترنت من أبرز الأطراف التي تسعى إلى احتكار السوق الرقمية من خلال تزويد الشركات ذات الإيرادات الضخمة بخدمة الإنترنت التي تكون في الغالب من نصيب مؤسسات تكنولوجية في إطار الشراكات التي تعقد فيما بينها للحصول على أعلى تدفق للخدمة من أجل تقديم مخرجات تنافسية تستقطب المستخدمين، وعلى اعتبار شركات التزويد هذه هي شركات تقنية بالأساس، فإن تحكمها في الخدمة فتح لها آفاقاً لدخول قطاع الإعلام سيما بعد احتكارها مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، لذا فقط توجهت نحو الصناعة الجديدة المتمثلة في الإعلام بهدف إعطاء بعد جديد على القطاع بوجه تقني.

ماهية الشركات المزودة لخدمة الإنترنت ISP Internet Service Provider:

هي شركات توفر لعملائها إمكانية الوصول إلى الإنترنت، ويرتبط "مزود خدمة الإنترنت بعملائه باستخدام تقنية نقل البيانات المناسبة لتوصيل حزم بيانات نظام الإنترنت على غرار الاتصال الهاتفية، خط المشترك الرقمي للاتصال، كابل المودم، كما يمكن لمقدمي هذه الخدمة توفير خدمات أخرى والتي من بينها تخزين البيانات عن بعد نيابة عن عملائها²، ناهيك عن خدمات البريد الإلكتروني واستضافة المواقع، ويمكن اختصار جملة الخدمات التي تقدمها هذه الشركات التي "تتمتع بالبنية التحتية"³ التي تمكنها من توفير الإنترنت ضمن نطاقات واسعة في الآتي:

- خدمة الوصول إلى الإنترنت Internet Access Service

- خدمة استضافة المواقع Web Hosting Services

¹ تورستن فريكه، مرجع سبق ذكره، ص 160.

² Margaret Rouse, **ISP (Internet Service Provider)**, visited on 15/01/2018 at 21:00, <https://searchwindevelopment.techtarget.com/definition/ISP>

³ **Definition of 'ISP (Internet Service Provider)**, visited on 12/12/2017 at 12:00, <https://www.investopedia.com/terms/i/isp.asp>

-خدمة البريد الإلكتروني E-mail Service

-خدمة التخزين السحابي Cloud Storage Service

-خدمة تسجيل أسماء النطاقات Demain Name Registration Service

-خدمة مركز التنظيم¹ "Colocation Service".

ويعتمد الاتصال بمزود خدمة الإنترنت على تقنيات نقل البيانات لضمان تبادلها بين العميل والخدمة، وتنقسم هذه التقنيات إلى تقنيات سلكية وأخرى غير سلكية، وتتجسد "التقنيات السلكية"² في الآتي:

-الاتصال الهاتفي Dia-up

-خط المشترك الرقمي

-الشبكة الرقمية للخدمات المتماثلة

-الألياف الضوئية للمنازل.

-شبكات إيثرنت Ethernet: المتعلقة بالتدفق الخاص بخدمة الإنترنت عبر المناطق الجغرافية.

أما عن تقنيات الاتصال اللاسلكية³، فتكمن في:

-شبكة الهاتف الجوال

-الاتصال عبر شبكة الجيل الثاني بمختلف تقنياته

-الجيل الثالث بمختلف أدواته

-البث عبر الأقمار الإصطناعية

-الشبكات اللاسلكية.

¹ مزود خدمة الإنترنت، تم التصفح بتاريخ 2017/12/15 على الساعة 19:00،

<http://arab-ency.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D9%88%D8%AB/%D9%85%D8%B2%D9%88%D8%AF-%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA>

² المرجع نفسه.

³ مزود خدمة الإنترنت، مرجع سابق.

أشهر الشركات المزودة بخدمة الإنترنت عبر العالم:

أ: شركة يو أس إنترنت US Internet:

هذه التقنيات المتطورة باستمرار، تشرف عليها شركات مهمتها توفير الإنترنت وضمان التدفق الجيد لها وفق معايير تقنية محددة، وتعتبر شركة 'يو أس إنترنت الأمريكية United state Internet'، التي تعتبر من أكبر شركات تزويد الإنترنت عبر العالم، بحيث تعد المنافس الأول لخدمة 'غوغل فايبر Google Viber'¹ التي تقدم بدورها أسرع إنترنت في الو.م.أ.

خدمة 'يو أس الأمريكية' تعد الخدمة النموذجية للتزويد بالإنترنت عالمياً، هذه الخدمة التي لطالما شكلت عائقاً أمام المستخدم الذي يشتكي باستمرار من ضعف أو بطء في التدفق.

شركة كوما كست كوربوريشن Comcast Corporation:

في حين تعتبر شركة 'كوما كست كوربوريشن Comcast Corporation'²، من أكبر شركات المزودة لخدمة الإنترنت في الو.م.أ وكندا وكذا أهم شركات التزويد عالمياً، على اعتبارها شركة متكاملة تعمل ضمن نطاق دولي في مجال البث اللاسلكي والتلفزيون الكابلي عبر العالم وهي "شركة مستحوذة على الشركة العالمية للإعلام 'إن بي سي NBC'³ كشركة رائدة في مجال الترفيه والإعلام".

وتجدر الإشارة إلى أن عدد المستفيدين من خدمة الإنترنت عالمياً يفوق 4,156,932,140 شخص⁴، لذا تتنافس الشركات المزودة للإنترنت من أجل إبقائها حكرًا على الدول المتقدمة المنتجة للتقنية والخدمات الاتصالية السائرة

¹ إسرائ حسني، شركة أمريكية تقدم أسرع إنترنت في العالم للمنازل، 2014/12/29، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 بتوقيت 14:00،

<https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B2%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9/2007761>

² Comcast, Form 8-K, Current Report, Filing, 31/01/2011, visited on 29/09/2017 at 14:15, Secdatabase.com/31/01/2011/Report/

³ Current Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934, Comcast Corporation, 28/01/2011, visited on 14/02/2017 at 14:00, <http://edgar.secdatabase.com/241/95010311000353/filing-main.html>

⁴ توجهات الإنترنت في عام 2018. إحصائيات وحقائق في الولايات المتحدة وحول العالم، تم التصفح بتاريخ 2018/05/15 على الساعة 02:30،

<https://ar.vpnmentor.com/blog/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%A7%D9%85-%D9%85%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D8%AA-%D9%81/>

في طريق الاعتماد الكلي على الأجهزة الذكية التي سيصل معدل استخدامها إلى ما نسبته 35 بالمائة¹ من إجمالي استخدامات الإنترنت عبر مختلف الأجهزة في مختلف دول العالم.

ب: شركة سبيس إكس Space X :

وتعتبر شركة 'سبيس إكس Space X' من بين الشركات الأمريكية التي تسعى أيضا إلى التوسع ضمن نطاقات عالمية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستفيدين من خدماتها.

وقد سبق لشركة 'سبيس إكس' التي أنشأها 'إيلون ماسك Elone Masc'، أن قدمت طلبا للجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية مفادها رغبتها في التحول إلى شبكة إنترنت عالمية عالية السرعة، بدلا من البقاء كمزود محلي على صعيد الولايات المتحدة فحسب، وأكدت 'باتريشيا كوبر Patricia Cooper' نائب رئيس شؤون الأقمار الصناعية الحكومية في شركة 'سبيس إكس' رغبة القائمين على الشركة في توسيع دائرة نشاطاتهم، إذ تسعى الشركة إلى إتاحة خدمة الإنترنت بسرعة تدفق عالية وبأسعار مناسبة للمستهلكين في الو.م.أ. وأبعد العالم أجمع لتصل حتى إلى المناطق التي لم يتم تزويدها بخدمة الإنترنت من قبل؛ ولضمان ذلك تعترم شركة 'سبيس إكس' إطلاق ما يقارب 5000 قمرا اصطناعيا في مداراتها مطلع العام 2019 وإطلاق أخرى بحلول سنة 2024، وستنقل هذه الأقمار إلى الفضاء على دفعات بالاستعانة بصواريخ من نوع 'فالكون 9' التابعة للشركة².

وفي محاولة من الشركة لتوصيل خدمة الإنترنت إلى المناطق النائية التي يصعب ربطها بالخدمة بالطرائق المعتادة، أكدت 'كوبر' تطاعات الشركة لحل المشكلة بتوسيع نطاق التزويد فائق السرعة وتكلفة معقولة³ لمختلف المناطق عبر أرجاء المعمورة، لإتاحة الخدمة للجميع.

¹ المرجع السابق نفسه.

² شركة سبيس إكس تخطط لإطلاق خدمة الإنترنت الجديدة، 2017، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 بتوقيت 15:44،

<https://mostaqbal.ae/spacex-just-laid-out-a-plan-to-give-everyone-internet-access/>

³ المرجع نفسه.

ج: شركة أي تي أند تي AT&T:

شركة 'أي تي أند تي AT&T بدورها كشركة اتصالات أمريكية التي تأسست العام 2005¹، وكشركة داعمة لخدمة الإنترنت عن طريق خطوط الاشتراكات الرقمية والتي يتراوح عدد عملائها حوالي 150 مليون عميل²، فقد أعلنت مسبقاً عزمها على الحصول على محتوى للبث عبر شبكتها ذات السرعة الفائقة لجذب المزيد من المستخدمين وزيادة عدد المشاهدات، سيما بعد استحواذ الشركة على شركة 'تايم وارنر Time Warner' للمحتوى الترفيهي في صفقة بلغت قيمتها حوالي 86 مليار دولار، وبهذا تكون الشركة المالك الرسمي للشبكات التلفزيونية المتمثلة في 'سي إن إن نيوز Cnn News' وشبكة تلفزيون 'الإخوة وارنر Warner Brothers'³.

وفي إطار دخول شركة 'أي تي أند تي' في سوق الإعلام، فقد أبدى الرئيس التنفيذي للشركة 'راندول ستيفنسون Randon Stevenson' حرص الشركة على الدمج بين قطاع الاتصالات وقطاع الإعلام بما فيه سوق الإعلانات، واعتبر شراكتها مع المجموعات التلفزيونية المختلفة توافقاً مثالياً بين شركات تتمتع بالقوة اللازمة لتقديم طريقة جديدة للأسواق تتضمن كيف يمكن للإعلام والاتصالات كمجالين أن يعملوا معاً لصالح المستهلك، ومنتجي المحتوى والموزعين وحتى المعلنين⁴، وقد ارتفعت أسهم العديد من الشبكات التلفزيونية التابعة للشركة نتيجة لمثل هذه الصفقات التي تفتح المجال لمزيد من الشراكات التي تجمع بين شركات التقنية وشركات الإعلام سيما وأن شركة 'أي تي أند تي' قد قطعت شوطاً كبيراً في تحولها إلى قوة إعلامية من خلال شرائها لشركة 'دايركت Direct' المختصة في مجال توزيع خدمات التلفزيون⁵ في صفقة بلغت 48.5 بليون دولار،

¹ أي تي أند تي، تم التصفح بتاريخ 2017/12/15 على الساعة 15:30،

https://www.marefa.org/%D8%A3%D9%8A_%D8%AA%D9%8A_%D8%A3%D9%86%D8%AF_%D8%AA%D9%8A

² المرجع نفسه .

³ أي تي أند تي تعلن استحواذها على تايم وارنر مقابل 86 مليار دولار، 23 أكتوبر 2016، تم التصفح بتاريخ 2017/06/25 بتوقيت

http://www.bbc.com/arabic/business/2016/10/161022_time_warner_shares 19:00

⁴ المرجع نفسه.

⁵ إيه تي أند تي تمتلك 'دايركت تي في'، 19/05/2014، تم التصفح بتاريخ 2017/05/15 على الساعة 12:20،

<https://www.skynewsarabia.com/business/661877-%D8%A7%D9%95%D9%8A%D9%87-%D8%AA%D9%8A-%D8%A7%D9%93%D9%86%D8%AF-%D8%AA%D9%8A-%D8%AA%D8%AA%D9%85%D9%84%D9%83-%D8%AF%D8%A7%D9%8A%D8%B1%D9%83%D8%AA-%D8%AA%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%8050-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1>

نظرا لتمتع الشركة المختصة في مجال الإعلام المرئي بحوالي 20 مليون مشترك إذ تحتل المرتبة الثانية في قائمة أكبر شركات توزيع القنوات التلفزيونية المدفوعة في الولايات المتحدة الأمريكية¹.

وتقدر القيمة السوقية لشركة 'أي تي أند تي' بحوالي 238 مليار دولار².

د: شركة فيرايزون للاتصالات Verizon Communications:

فيرايون هي شركة أمريكية مختصة في الاتصالات اللاسلكية وكذا في التزويد بخدمة الإنترنت ضمن نطاقات عريضة، تأسست العام 2000 كشركة اتصالات رسمية للمجموعة المالكة 'فانغارد Vanguard'³.

بدأ نطاق التزويد بخدمة الإنترنت يتطور تدريجيا مع تنامي التقنيات وكذا تغير أهداف الشركة التي تسعى إلى النمو والسيطرة على مجال الاتصالات وحتى مجال الإعلام حالها كحال باقي الشركات المنافسة لها في المجال، لذا فقد دجت الشركة بين العديد من الخدمات وكذا الخطط قيد التنفيذ للتحويل إلى شركة بالحجم العالمي، ومن بين هذه المحاولات التي تسعى فيرايزون من خلالها إلى تحقيق مداخيل مالية تمكنها من التحكم في خدمة الإنترنت من جهة، ولإيجاد مكانة جديدة في الأسواق العالمية سيما في مجال الإعلام كسوق جديدة تسعى من خلاله إلى إعطاء قيمة سوقية تنافسية جديدة، ويعد "الدمج بين شركتي 'ياهو Yahoo' و'أي أو أل AOL' من أشهر مبادرات فيرايزون التي أطلقت على إثرها مشروعها الإعلامي تحت تسمية 'Oath' الذي يتضمن أكثر من 50 وسيلة إعلامية ومواقع تكنولوجية منها: 'ياهو الرياضية Yahoo Sports' وهاف بوست Huffpost إضافة إلى موقع التكنولوجيا 'تك كراش Tech Cruch' التي جاءت عقب الإعلان عن استحواذ فيرايزون على شركة 'ياهو' العام 2016"⁴.

¹ أي تي أند تي تشتري "دايركت تي في" بـ 50 بليون دولار، 2014/05/19، تم التصفح بتاريخ 2017/05/15 على الساعة 13:05،

<http://www.alhayat.com/article/559371/-/%D8%A3%D9%8A-%D8%AA%D9%8A-%D8%A3%D9%86%D8%AF-%D8%AA%D9%8A-%D8%AA%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%8A-%D8%AF%D8%A7%D9%8A%D8%B1%D9%83%D8%AA-%D8%AA%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A8-50-%D8%A8%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1>

² أي تي أند تي تعلن استحواذها على "تايم وارنر"، مرجع سبق ذكره.

³ فيرايزون للاتصالات لمحة تاريخية، 2018/06/09، تم التصفح بتاريخ 2018/06/09 على الساعة 06:37،

<http://w.mdar.co/detail1081089.html>

⁴ فيرايزون تستحوذ على ياهو مقابل 4.8 مليار دولار، 2017، تم التصفح بتاريخ 2017/4/3 بتوقيت 10:00،

<https://www.alarabiya.net/ar/aswaq/companies/2016/07/25/-/%D9%81%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%8A%D8%B2%D9%88%D9%86-%D8%AA%D8%B3%D8%AA%D8%AD%D9%88%D8%B0-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%8A%D8%A7%D9%87%D9%88-%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%A8%D9%84-4-83-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1.html>

وتسعى فيرايزون إلى اعتماد تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي وتقنيات الجيل الخامس 5G وصولاً إلى تقنيات إنترنت الأشياء¹.

هـ: شركة إي بي أم « IBM » International Business Machines:

شركة 'إي بي أم' أكبر شركة عالمية مختصة في مجال تصنيع وتطوير الحواسيب وخدمات استضافة المواقع وكذا خدمات البنية التحتية، وقد تأسست العام "1911، لذا تعتبر من أعرق شركات التكنولوجيا والاتصالات عبر العالم وهي شركة متعددة الجنسيات بطاقة استيعاب تقارب 407 آلاف موظفاً حول العالم، وقد نالت الشركة خمس جوائز نوبل في الفيزياء وتسع ميداليات للتكنولوجيا كمحصلة لبراءات الاختراع التي يقدمها موظفوا الشركة التي قدرت بـ 4186 براءة اختراع لعام 2008 والتي تشهد ارتفاعاً مع مرور السنوات وتراكم التجارب التقنية، فقد باتت تلقب الشركة 'بالأزرق الكبير' الذي استحوز على أزيد من 130² شركة ذات أنشطة مختلفة سيما في مجالات الإعلام الرقمي، الاتصالات وكذا التقنية.

تسعى شركة 'إي بي أم' إلى إيصال خدمة الإنترنت إلى كافة أنحاء العالم، نظراً للإمكانيات التي تتوفر لديها والتي تمتلكها إذ بلغت "قيمتها المالية من إجمالي نفقاتها ما يعادل مليون 125.356 مليون دولار العام 2017"³، وهي شركة داعمة لكافة شركات التقنية وتمتلك العديد من الشبكات الإعلامية.

¹ من الجيل الخامس إلى الواقع المعزز... أكثر التقنيات إثارة في عام 2018: اتصالات سريعة ومساعدات ذكية وروبوتات اجتماعية،

2018/01/09، تم التصفح بتاريخ 2018/01/12 على الساعة 16:00،

<https://aawsat.com/home/article/1137286/%25D9%2585%25D9%2586-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AC%25D9%258A%25D9%2584-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AE%25D8%25A7%25D9%2585%25D8%25B3-%25D8%25A5%25D9%2584%25D9%2589-%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2588%25D8%25A7%25D9%2582%25D8%25B9-%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2585%25D8%25B9%25D8%25B2%25D8%25B2-%25D8%25A3%25D9%2583%25D8%25AB%25D8%25B1-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AA%25D9%2582%25D9%2586%25D9%258A%25D8%25A7%25D8%25A-%25D8%25A5%25D8%25AB%25D8%25A7%25D8%25B1%25D8%25A9-%25D9%2581%25D9%258A-2018%25B9%25D8%25A7%25D9%2585>

² محمد مصطفى، 10 معلومات لا تعرفها عن عملاق التكنولوجيا IBM، 2016/08/13، تم التصفح بتاريخ 2017/09/15 على الساعة 12:30،

<https://m.youm7.com/story/2016/8/13/10-%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D9%84%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%86-%D8%B9%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-IBM/2840409>

³ IBM Annual Report, 2017 : p 07, <https://www.ibm.com>investor>att>pdf>

و: شركة فريدم بوب Freedom Pop:

هي شركة أمريكية مختصة في مجال الاتصالات، تسعى إلى ضمان أفضل الخدمات لعملائها بالتعاون مع شبكة 'سبرينت Sprint' بتوفير باقة اتصالات مجانية دون الحاجة للاشتراك، وقد دخلت الشركة العديد من الأسواق سيما تلك المتعلقة بأسواق الهواتف الذكية، عبر طرحها للعديد من الإصدارات المتعلقة بإصدار الهاتف 'HTCEVO Design' بشاشة قياس 4.0 بوصة وبدرجة وضوح 960 و 540 ميغابكسل¹، وتسعى الشركة من ذلك إلى الوصول إلى المستخدمين الذين يتواجدون على المنصات التفاعلية عبر الولوج لها من خلال الأجهزة الذكية التي يمتلكونها، بحيث تهدف 'فريدم بوب' إلى تقديم خدمات تستقطب الجماهير النشطة عبر الفضاء التفاعلي 'الإنترنت' الذي تزوده به ومن ثمة توفر لهم أدوات تفاعلية تسهل عملها في السوق الجديد المتمثل في سوق الإعلام حسب ما أعرب عنه الرئيس التنفيذي للشركة² ستيفن ستوكولز Steven Stockez.

3. مزودوا المحتوى:

تعيش شركات التقنية سباقا تنافسيا مع العديد من الأطراف الناشطة في قطاع التكنولوجيات وحتى في قطاع الاتصالات بحيث تسعى كل شركة إلى تقديم أدوات ومنتجات تنافسية جديدة بميزات مختلفة لإعطاء القيمة المضافة التي تمكنها من التحكم في قواعد المنافسة بوضع تقاليد جديدة للممارسة.

ومن جملة هذه الشركات التي تسعى خلف الريادة، نجد الشركات المزودة للمحتوى أو ما يعرف بمزودي المحتوى الذين يقدمون منتجات أصلية في شكل محتويات رقمية تعرض عبر منصات خاصة تابعة لهذه الشركات أو يتم بيعها لجهات بث معينة بمقابل مالي قياسي.

● أهم الشركات المزودة للمحتوى عبر العالم:

هنالك العديد من مزودي المحتوى عبر العالم، والتي تعد الشبكات التالية أشهرها:

¹ محمد نبيل عبد النبي، شركة أمريكية تقدم مفهوما لتوفير خدمات الاتصال مجانا، 2013/10/10، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 على الساعة 14:00،

<https://aitnews.com/2013/10/01/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%D8%A7%D9%8B-%D9%84%D8%AA%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%B1-%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7/>

² المرجع نفسه.

أ: هولو HULU:

وهي شبكة أمريكية لبث المسلسلات والبرامج الحصرية¹، وتعتبر من أشهر الشركات العالمية المزودة لخدمة بث البرامج والأفلام عبر الإنترنت (الفيديو حسب الطلب)، تقدم المنصة منذ تأسيسها العام 2006 العديد من البرامج والإنتاجات منذ بثت أول حملة إعلانية تزامنا مع بث قناة 'إن.بي.سي NBC' لنهائي الدوري الأمريكي لكرة القدم 'Super Ball' وقد تشارك في الحملة الإعلانية العديد من الوجوه الدرامية التي من بينهم الشهيرة إليزا دوشكو Eliza Dushku².

يتم مشاهدة محتويات هولو من خلال الاشتراكات التي تمكن المشاهدين من الحصول على مسلسلات بدقة عالية 'HD' من قنوات مثل 'فوكس Fox'، 'سي دبليو CW'، 'أي بي سي ABC'، 'وأن بي سي NBC'، ويتم التزويد بالمحتوى الأصلي من خلال اشتراك شهري يمكن من استخدام المنصة على الأجهزة اللوحية، الهواتف الذكية، شاشات الكومبيوتر وكذا التلفزيون، وعلى اعتبار أن شركة هولو هي شركة فرعية تابعة لمؤسسات عملاقة والمتمثلة في كل من مجموعة Disney - ABC التلفزيونية 'شركة والت ديزني Walt Disney' وكذا 'شبكة فوكس التلفزيونية' إلى جانب 'مجموعة إن بي سي' ويونيفرسال³ NBC & Universal التلفزيونية كذلك، فهذا يوضح مساعيها في اكتساح مجال الإعلام سيما مجال البث والإنتاج التلفزيوني، بحيث بدأت منذ العام 2011 بعرض برامج إعلامية مختلفة، أشهرها برنامج 'صباح اليوم التالي' وبرنامج 'أخبار الثقافة الشعبية' الذي يقدمه الإعلامي 'براين كيميت Brain Kimitt' ويعد أول برنامج تقوم شركة هولو بإنتاجه⁴.

تلتها عدة إنتاجات أخرى، بحيث أنتجت الشركة السلسلة الوثائقية الأصلية " أرض المعركة " والمسلسل الدرامي الشهر 11.22.63 العام 2016⁵.

كما أعلنت منصة هولو العام 2017 لبث المواد الترفيهية على الإنترنت على صفتين لإضافة برامج من إنتاج شركتي 'تونتي فيرست 20First' و'فوكس وولت ديزني Fox Walt Disney' إلى خدمة بث تلفزيوني تعرض عبرها هولو البث المباشر لمحتويات 'فوكس Fox' الترفيهية الإخبارية، الرياضية والواقعية وتهدف 'هولو Hulu' من ذلك إلى

¹عاصم عبد الملك، تقرير عن أفضل منصات عرض الأفلام والمسلسلات في الشرق الأوسط والعالم، 2018/02/04، تم التصفح بتاريخ 2018/03/10 بتوقيت 13:30، <https://www.sharingkanal.com/2018/04/best-movies-platfrms-in-world.html?m=1>

²Hulu Advertisements, 2017, visited on 21/02/2018 at 11 :00,

<http://web.archive.org/web/20180131023637/https://www.hulu.com/hulu-tv-ads>

³ Staci.D.karmer, **Its Official :Disney Joins News Corp, NbCu In hulu ;Deal Includes Some cable nets**, 30/04/2009, visited on 14/03/2017 at 17 :30,

<https://www.cbsnews.com/news/its-official-disney-joins-news-corp-nbcu-in-hulu-deal-includes-some-cable-nets/>

⁴ Liz Shannon Miller, **New series the morning after Nudges Hulu Into Production**, 18/01/2011, visited on 16/04/2017 at 15:00, <https://gigaom.com/2011/01/18/new-series-the-morning-after-nudges-hulu-into-production/>

⁵Larry Rohter, **Hulu commissions It's first Original Scripted Programming**, 16/01/2012, visited on 13/10/2017 at 16:30, <https://artsbeat.blogs.nytimes.com/2012/01/16/hulu-announces-first-original-script-based-program/>

تلبية كافة أذواق الفئات الجماهيرية من برامجهم المفضلة التي يتم تزويدهم بها حسب الطلب في بيان أصدره الرئيس التنفيذي لشركة هولو مايك هوبكنز 'Hopkins' Mike.

تجدر الإشارة إلى أن عملاء هولو يشاهدون برامجها حسب الطلب باشتراك شهري قيمته ثمانية دولارات بالإعلانات أو 12 دولار من دونها¹.

وقد تصدرت منصة هولو لهذا العام 2018 ترتيب أفضل المنصات المزودة بالمحتوى، بعد سلسلة الإنتاجات الدرامية الناجحة للشبكات التلفزيونية التي تنتمي لها 'هولو Hulu' بحيث احتل ما يقارب 75 برنامجا تلفزيونيا صدارة ترتيب الإنتاجات الدرامية عبر العالم بالرغم من أن المنصة مدفوعة، لكن الجودة والحصرية في المحتوى استقطبت إعجاب الملايين من المشاهدين عبر العالم.

وتعتبر الأعمال والإنتاجات التالية من أفضل ما قدمته شركة هولو مطلع السنة الجارية 2018:²

- سلسلة فيلم هذا هو الولايات المتحدة الذي يعرض عبر شبكة 'NBC'.
- سلسلة الإنقاذ الذي يعرض عبر شبكة FX.
- الحشد: تكنولوجيا المعلومات يعرض عبر شبكة القناة الرابعة (UK).
- سلسلة برج لو مينغ الذي يعرض عبر شبكة هولو.
- سلسلة فضيحة يعرض عبر شبكة ABC.
- سلسلة عارضة على شبكة هولو.
- سلسلة النهايات السعيدة على شبكة ABC.

وغيرها من الإنتاجات التي جعلت من الشبكة مركزا مهما في السوق الدرامي إذ تحولت إلى المنافس القوي للعديد من المنصات وكذا المنافس الأول للتلفزيون الذي بات مصيره مجهولا في ظل الميزة التنافسية التي تخلقها مثل هذه الشبكات.

¹ منصة هولو وديزني وفوكس تنفق لخدمة بث تلفزيوني جديدة، 2016/11/09، تم التصفح بتاريخ 2017/11/12،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2016/11/9/%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A9-%D9%87%D9%88%D9%84%D9%88-%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%B2%D9%86%D9%8A-%D9%88%D9%81%D9%88%D9%83%D8%B3-%D8%AA%D8%AA%D9%81%D9%82-%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A8%D8%AB-%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9>

² The 75 best Tv shows Now in Hulu, 03/052018, visited on 15/05/2018 at 19:15, <https://amp.pastemagazine.com/articles/2017/03/the-75-best-tv-shows-on-hulu.html>

ب: أمازون برايم Amazon prime:

إن شركة أمازون الأمريكية، التي "تأسست العام 1994 والتي بدأت نشاطها كمتجر للكتب الإلكترونية وسرعان ما توسعت في خطوط إنتاجية جديدة ومتنوعة، لتتحول إلى عملاق التجارة الإلكترونية عبر مختلف الخدمات التي تقدمها لذلك وبعيدا عن التجارة تنشط الشركة في خدمات الحاسوب التي سجلت إيرادات قدرت بثمانية مليارات دولار العام 2015، وتعتبر خدمة أمازون برايم عنصرا استراتيجيا للهيمنة على عالم التجارة الإلكترونية بحيث أطلقت ضمنها خدمة أخرى تتمثل خدمة أمازون فيديو في خطوة لمنافسة الشركات المزودة للمحتوى وملفات الفيديو عبر الإنترنت"¹.

وتعتبر خدمة أمازون فيديو Amazon video من أشهر الخدمات المزودة للفيديو تحت الطلب 'VOD' بحيث توفر مسلسلات تلفزيونية وأفلام للشراء والتأجير، كما تمكنت الخدمة من الحصول على حقوق العرض الحصرية على شبكة الإنترنت لعرض العديد من الإنتاجات التلفزيونية سيما المتعلقة بعرض "برامج قناة 'أش بي أو' HBO"².

يتم الحصول على برامج خدمة أمازون فيديو عبر اشتراك شهري قدره 5,99 جنيه إسترليني أو مقابل دفع 7,99 أورو في الشهر بالنسبة لمستخدمي القارة الأوروبية،³ أما في الو.م.أ فيتم دفع ما قدره 8.99 دولار شهريا⁴.

ولتقوية تواجدتها في القطاع السمعي البصري، أنتجت شبكة أمازون مسلسلات ضخمة حصدت ترشيحات لجوائز عالمية في المجال السينمائي⁵.

¹ أمازون قصة أكبر متجر عبر الإنترنت، 2017/02/11، تم التصفح بتاريخ 2017/05/10 على الساعة 13:30،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2017/2/8/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%A7%D8%B2%D9%88%D9%86>

², Alexis Kleinman, **Amazon prime just Got way better with aton of old Hbo shows**, 04/04/2014 visited on 01/01/2017 at 17:15, <https://m.huffpost.com/us/entry/5197950>

³ Amazon prime, **prime is fast Delivery and more looking for the prime video**, 16/06/2016, visited on 02/05/2017 at 13 :00, <https://www.amazon.co.uk/gp/prime/pipeline/landing>

⁴ Benjamin Mayo, **Video Streaming Race Heats Up, Amazone Now Offers Its Prime Video Service Independent Of Prime Subscription For \$8.99 /Mo**, 18/04/2016, Visited On 05/05/2017 at 14 :00 <https://9to5mac.com/2016/04/18/video-streaming-race-heats-up-amazon-now-offers-its-instant-video-service-independent-of-prime-subscription-for-8-99mo/>

⁵ خدمة جديدة.. أمازون برايم منصة لمشاهدة الأفلام، ديسمبر 2015، تم التصفح بتاريخ 16 أبريل 2017 بتوقيت 19:30،

<https://www.radiosawa.com/a/watch-films-on-amazon-/289122.html>

وبفعل هذا الزخم في الإنتاج، رفعت أمازون من أسعار الاشتراكات الشهرية عبر خدمة 'برايم' حوالي 10.99 دولار إلى 12.99 دولار، بارتفاع قدرت نسبته بما يعادل 18% ما يؤدي إلى ارتفاع التكلفة السنوية إلى 159 دولار أمريكي بالنسبة لمشاركي الخدمة¹.

خدمة أمازون برايم وأمازون فيديو متاحة ضمن نطاق أكثر من 200 دولة عبر العالم²، وقد حققت خدمة برايم وفيديو نجاحات مذهلة سيما بعد إطلاقها للسلسلة التلفزيونية 'The Grand Tour' التي مكنتها من الظفر بنسب اشتراك جد عالية أكسبتها مبالغ خيالية تمكّنها من المنافسة في سوق الإنتاج المرئي الذي يعد ملعبها الجديد.

ج: شركة نتفليكس Netflix:

تعتبر شركة نتفليكس من كبريات شركات تزويد المحتوى عبر العالم، فالشركة الأمريكية التي تم تأسيسها من قبل 'ريد هاستينغر' العام 1997³، تقدم خدمات متخصصة في تزويد خدمة البث الحي والفيديو حسب الطلب (Video On Demand) خدمة تتيح إمكانية التنزيل القانوني والمدفوع للأفلام والمسلسلات ومختلف الإنتاجات التي تخضع لقوانين العرض والطلب).

توسعت أنشطتها تدريجياً لتتجه نحو المجال الإعلامي سنة 2013، من خلال دخول مجال صناعة الأفلام والمسلسلات، بحيث أنتجت أول عمل من صنف المحتوى الأصلي الذي يحمل عنوان 'بيت من ورق'، تلتها بعد ذلك عدة إنتاجات من ذات الصنف والتي تشمل الأفلام، والمسلسلات، البرامج الوثائقية والعروض الكوميدية⁴، وبهذا تكون نتفليكس

¹ محمد حبش، أمازون ترفع سعر الاشتراك الشهري في برايم إلى 12.99 دولار، 2018/01/19، تم التصفح بتاريخ 2018/01/21 على الساعة 14:30،

<https://www.tech-wd.com/wd/2018/01/19/%D8%A3%D9%85%D8%A7%D8%B2%D9%88%D9%86-%D8%AA%D8%B1%D9%81%D8%B9-%D8%B3%D8%B9%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%87%D8%B1%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D8%B1%D8%A7/amp/>
² خدمة بث الأفلام والمسلسلات أمازون برايم فيديو متاحة في أكثر من 200 دولة، 15 ديسمبر 2016، تم التصفح بتاريخ 19/ جوان/ 2017، بتوقيت 19:00،

<https://www.electroney.net/281765/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A8%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%A7%D8%AA-amazon-prime-video-%D9%85%D8%AA%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7/>

³Pogue David, **A stream of movies, sort of free**, 25/01/2007, vue le16/09/2017à 08:30,

<https://www.nytimes.com/2007/01/25/technology/25pogue.html>

⁴Gary Levin, **Netflix chief bulks up on series hours**, 17/01/2016, visited on 20/02/2017 at 15 :30,

<https://www.usatoday.com/stay/life/tv/2016/01/17/netflix-chief-bulks-up-series-600-hours/78931816/>

قد أطلقت حوالي 126 عملا أصليا في عام 2016¹ في خطوة لم يسبقها إليها أي منافس في مجال البرامج الترفيهية والبيث الحي.

وقد ارتفع عدد مشتركى نتفليكس العام 2017، ليصل إلى ما يعادل 109 مليون مشترك حول العالم عبر أكثر من 190 دولة².

كما تتيح خدمة بث نتفليكس الفيديو تحت الطلب التي كانت تسمى 'Watch Now'، للمشاركين بث المسلسلات التلفزيونية والأفلام عبر الموقع نتفليكس على أجهزة الكمبيوتر أو عبر تطبيق نتفليكس المتوفر على العديد من أنظمة التشغيل، بما في ذلك أجهزة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وحتى أجهزة التلفزيون الذكي³.

ولدعم رصيد الشبكة من الأعمال المرئية، فقد عقدت صفقة لمدة خمس سنوات سنة 2010 مع شركات 'غولدين ماير Golden Mayer'، 'بارا ماونت Para Mount'، و'ليونز غايت Lyons Gayet' بقيمة ما يقارب 1 مليار دولار بهدف جلب الأفلام إلى نتفليكس وهو الأمر الذي زاد من نفقات الشركة التي وصلت إلى 31 مليون دولار عام 2009⁴.

ومن بين أشهر إنتاجات نتفليكس بالتعاون مع جهات إنتاج أخرى الأعمال التالية:

- سنة 2013: المسلسل الكوميدي الدرامي الذي يحمل عنوان 'البرتقالي هو الأسود الجديد' الذي عرض على نتفليكس⁵، ونظرا للنجاح الذي لاقاه هذا العمل تم إنتاج أجزاء جديدة له سنة 2016⁶.
- سنة 2014 أنتجت سلسلة عائلية 'بلوث Blooth'⁷.

¹ Masters Kim, **The Netflix Backlash : Why Hollywood Fears On Content Monopoly ?**, September 14,2016, Visited On 19/10/2017 at 17 :15 <https://www.hollywoodreporter.com/features/netflix-backlash-why-hollywood-fears-928428>

² محمود حسين، إحصائيات مشاهدة عروض نتفليكس خلال عام 2017، 2017/12/24، تم التصفح بتاريخ 2017/12/25 على الساعة <https://www.arageek.com/art/2017/12/21/statistics-from-netflix-2017.html>، 12:30

³Falcone Johnp, **Netflix watch Now :missing too much popular content**, 09/05/ 2017, visited on 17/11/ 2017 at 13:30,<https://www.cnet.com/news/66etflix-watch-now-missing-too-much-popular-content/>

⁴ Stelter Brain, **Netflix To Stream Films From Paramount, Lions Gate, MGM**, 10/8/2010 , visited on 19/5/ 2017 at 22 :00 <https://mediadecoder/blogs.nytimes.com/2010/8/10/netflix-to-stream-films-from-paramount-lionsgate-mgm/>

⁵ Goldberg Lesly, **Netflix Sets Premiere Date For Jenji Kohan's 'Orange Is The New Black'** 30/4/2013, visited on 12/05/2017 at 21/30 <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/netflix-orange-new-black-premiere-date-jenji-kohan-448610>

⁶ Littlon Cynthia, **'Orange Is the New Black' Renewed for 3 Seasons by Netflix**, 05/02/ 2016, visited on 20/05/2017 at 08:15,<http://variety.com/2016/tv/news/orange-is-the-new-black-renewed-3-seasons-netflix-1201698227/>

⁷ Andreeva Nellie, **Mith Hunwints Inks Multi-year Deal with Netflix for New series**, April 22,2014, visited on 23/04/ 2017 at 05 :15, deadline.com/2014/04/22/718382

- سنة 2016 أنتجت سلسلة 'لوك كيجج Look Kig'¹.
- سنة 2017 قدمت أعمال من بينها القبضة الحديدية وسلسلة المدافعون وبرنامج 'جيري ساينفييلد Jerry Sainfeled'².

وتكون بذلك شركة نتفليكس أقوى شركات البث الرقمي والإنتاج السمعي البصري.

4. التطبيقات الإخبارية:

يبلغ عدد مواقع الإنترنت عبر العالم ملايين المواقع التي تزداد أعدادها بشكل مذهل، وهذا ما يصعب عملية تصفحها كاملة لذا فقد قدمت شركات التقنية تسهيلات لضمان أفضل تجارب الاستخدام، ومن أبرز هذه التسهيلات فكرة تلخيص الأخبار أو خلاصات Rss، بحيث تعمل هذه الميزة على مختلف أنظمة التشغيل المتاحة للخدمة والتي من بينها 'نظام أندرويد Android، نظام أي أو أس IOS'، ضمن تطبيقات مجانية تعمل وفق المنطلق الإعلامي 'معرض الصحف'، بحيث يتم استعراض أهم المستجدات الحاصلة في شكل مقتطفات إخبارية كخطوة أولى لمحاكاة طبيعة العمل الإعلامي بوجه جديد تماما، ومن جملة هذه المنصات أو التطبيقات مايلي:

أ: تطبيق فيدلي Feedly:

يعتبر تطبيق 'فيدلي' من أكثر التطبيقات الإخبارية شعبية عبر العالم، بحيث يتصدر قائمة التطبيقات الملخصة للأخبار، ويعمل هذا التطبيق مع كلا النظامين 'أندرويد' و'أي أو أس' ويتمتع بسهولة الاستخدام، إذ يمكن المستخدم بعد عملية التسجيل؛ من اختيار تصنيف معين يرغب في كل ما يصدر حوله في وسائل الإعلام ويضيف المحتوى المرغوب فيه إلى حسابه، وبالتالي توفير إمكانية تكوين مجلة تحوي مصادر المستخدم المفضلة³، مع توفير إمكانية أخرى تتمثل في حفظ الأخبار والمقالات وقراءتها دون الحاجة إلى الربط بالشبكة العنكبوتية.

ب: تطبيق فليب بورد Flipboard:

يعتبر تطبيق 'فليب بورد' من بين أكثر التطبيقات الإخبارية العالمية استخداما منذ إنطلاقه العام 2010 من قبل كل من 'إيفان دول Evan Doll' و'مايك أم سيو Mik MCue' في كاليفورنيا⁴، وسرعان ما لقي إقبالا واسعا

¹ Hibberg James, **Marvel's The Punscher Spin-off-ordered by Netflix**, 29/04/2016, visited on 13/10/2017 at 01 :02, www.ew.com/article/2016/04/29/punscher-marvel-netflix/

² Jethro Nededog, **Insider Jerry Seinfeld's 100 MD On Dcision To Jump To Netflix**, 26 Janvier 2017, visited on 27/03/2017 at 13 :00, [www. Businessinsider.fr/us/jerry-seinfeld-move-to-netflix-comedians-in-cars-getting-coffee-deal-2017-1](http://www.Businessinsider.fr/us/jerry-seinfeld-move-to-netflix-comedians-in-cars-getting-coffee-deal-2017-1)

³ علي عبدو، أفضل التطبيقات العربية والأجنبية التي تقدم خدمة تلخيص الأخبار، 2017/07/05، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 على الساعة 14:00 <https://www.arageek.com/tech/2017/07/05/top-news-apps.html>

⁴ تطبيق "فليب بورد" التصفح بمنتهى السهولة والجمال، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 على الساعة 15:30،

<http://wain.me/business-technology/3768>

واسعا من تخطى حدود الو.م.أ إلى العالمية ، بحيث تمكن المستخدم من تكوين مجلة حقيقية متكاملة، نظرا لتصميمه المشابه لتصميم المجالات التقليدية، بحيث يختار المستخدم التصنيفات أو المجالات التي يرغب في الحصول على معلومات حولها (مثلا حول التكنولوجيا، الرياضة، السياحة، الثقافة، الاقتصاد..إلخ)، مع توفير إمكانية كتابة مقالات ضمن مساحة مخصصة عبر التطبيق ومشاركتها رفقة عدد من النشطاء الفاعلين عبر الخدمة، وهي فرصة تمنحها شركة 'فليب بورد' لمستخدمي المنصة كمحاولة لجعلهم يندمجون في مجال الإعلام.

ج: تطبيق 'أخبار 360 News':

يتشابه 'التطبيقي الإخباري 360' مع 'تطبيق فليب بورد' من حيث التصميم، غير أنه يكتفي بعرض عنوان وصور عن الخبر الذي يتم الحصول على كافة تفاصيله بمجرد الضغط على الصورة المرفقة، وهي خوارزمية معتمدة في نقل الأخبار والتي تختلف تماما مع التطبيقات الأخرى التي تعمل وفق طريقة السحب من الأعلى إلى الأسفل، فتطبيق 'نيوز 360' يعمل وفقا لطريقة تحريك الشاشة نحو اليسار واليمين، ويتميز هذا التطبيق أيضا بالتركيز على تفضيلات المستخدم التي يستخلصها من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لوجود تعاونية منسقة بين شركة 'نيوز 360' وعدد من مواقع التواصل الاجتماعي سيما فايسبوك¹، تويتر ويوتيوب، بحيث يتم التعرف على آثار ممارسات المستخدمين عبر هذه الشبكات وبناء على ذلك يتم استغلالها لتقديم أخبار ضمن مجالات تهم المستخدم.

د: تطبيق غوغل نيوز Google News:

من أشهر التطبيقات والخدمات الإخبارية التي أطلقتها شركة 'ألفابت'، ويستخدم هذا التطبيق ضمن نطاق 43 بلدا بأكثر من 20 لغة مختلفة².

يتشابه أسلوب استخدام تطبيق 'غوغل نيوز' مع العديد من نماذج التطبيقات الإخبارية، بحيث يعتمد أسلوب الملخصات في عرض المضامين الإخبارية التي يفضل المستخدم الاطلاع عليها، بحيث تظهر المستجدات في شكل تنبيهات تتضمن تصنيفات لمجالات من اختيار المستخدم التي يرغب في التعرف على جديدتها.

¹ علي عبدو، أفضل التطبيقات العربية والأجنبية، مرجع سبق ذكره.

² تورستن فريكه، مرجع سبق ذكره، ص 235.

خلاصة الفصل:

إن التطورات التقنية المتسارعة أفضت إلى نتائج مست كافة المجالات سيما مجال الإعلام الذي باتت تتحكم فيه أطراف جديدة تقودها شركات التقنية ذات الأنشطة والأهداف المختلفة والتي باتت تمارس الإعلام بخدمات، أساليب، أنماط وقواعد جديدة تختلف كلياً عما هي عليه في البنية التقليدية للمجال الذي تمارسه وسائل الإعلام منذ سنوات ولكن نظرة شركات التقنية إلى الممارسة الجديدة قلبت الموازين على المؤسسات الإعلامية التي لم تعد تصنع المشهد الإعلامي الذي تغيرت مفاهيمه وتقاليده التي أصبحت تكيف بما يخدم الرؤى الجديدة لشركات التقنية التي اقتحمت المجال وأصبحت تسيره سواء من ناحية البث أو من ناحية التحرير أو من ناحية التفاعل، فقد اكتسحته بقوة وفرضت وجودها في المجال في ظرف وجيز.

الفصل الثالث:

الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية
في ظل التحولات الحاصلة

تمهيد

أولاً: التوجهات الجديدة لشركات التقنية نحو ممارسة الإعلام.

1. التوجه نحو إبرام شراكات تعاونية وصفقات إعلامية.

2. اعتماد سياسة الإستحواذات والاندماجات.

3. التوجه نحو إنشاء فرق خاصة.

ثانياً: التحولات والانحرافات المطروحة نتيجة التوجه الإعلامي الجديد لشركات التقنية.

1. القضايا والإشكالات:

● بالنسبة لشركة فيسبوك:

- الأخبار الكاذبة (قضية الإنتخابات الأمريكية والفيسبوك).

- أزمة كامبريدج أناليتيكا.

2. التحولات والانحرافات.

- على صعيد شركة فيسبوك.

- على صعيد شركة ألفابت.

- على صعيد شركة نتفليكس.

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم ككل وظهور بيئة الويب كبيئة جديدة تتفاعل فيها أطراف عديدة نظرا لتوفرها على العديد من الخدمات المهمة والمتميزة في العديد من الجوانب من حياة الأفراد وحتى المؤسسات، خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي استحوذت وبشكل هائل على قاعدة جماهيرية كبيرة سمحت لها بأن تكون -أي مواقع التواصل الاجتماعي - طرفا جد مؤثر في العديد من القطاعات في المجتمع وتصبح بذلك هذه المواقع بمثابة غرف صدى لأفكار، أحداث، اتجاهات وكذا لمعلومات مهما كان نوعها، وبما أن هذه الأخيرة هي المادة الخام والأولية بالنسبة لعمل الوسائل الإعلامية؛ فقد أصبح لزاما عليها - المؤسسات الإعلامية - أن تكون داخل دائرة مواقع التواصل الاجتماعي وتكون بهذا في مرحلة تحول المؤسسات التقليدية إلى التواجد عبر المنصات الاجتماعية باستخدام كامل وكافة الخدمات والتطبيقات التي توفرها واتخاذها سواء كمنصة للنشر أو مصدر للأخبار.

بعد ولوج المؤسسات الإعلامية عالم الرقمنة، وجدت المؤسسات التقنية بأنها تقوم بإنتاج العديد من المضامين الإعلامية والإخبارية سواء من طرف هذه المؤسسات أو من طرف المستخدم دون بذلها لأي جهد سوى أنها توفر لهم التقنية المساعدة على تقديم العمل الصحفي وتوفير المعلومة بشكل وأسلوب أكثر تطورا وجذبا للجمهور أكثر من قبل وتحولت أغلب البرامج التلفزيونية إلى حلقات نقاش عن ما يدور من أحداث وقضايا في هذه المواقع نفسها لتتحول بذلك إلى مرحلة جديدة وهي تأثر شركات التقنية ذاتها بالإعلام وتحول مسارها من إنتاج للتكنولوجيا والتقنية إلى توجيهها لممارسة الإعلام بأسلوب مغاير عن القواعد التي أعتيد عليها العمل الإعلامي من خلال التكنولوجيا التي توفرها وتطورها بشكل مستمر، وأخذت في عقد العديد من الصفقات والشراكات الإعلامية، إضافة إلى حدوث العديد من عمليات الاستحواذ والاندماج سواء على شركات تقنية في نفس مجالها أو على مؤسسات إعلامية، أيضا توجهت شركات التقنية نحو إنشاء فرق خاصة تعمل على تطوير منتجاتها بشكل يخدم العمل الإعلامي سواء على مستواها أو على مستوى كبريات المؤسسات الإعلامية، وبهذا تحولت شركات التقنية لممارسة الإعلام بشكل أو بآخر كما تأثرت بدورها بالتحولات الحاصلة على مستوى أنشطتها وحتى على مستوى المشهد الإعلامي الدولي، وكنتيجة لكافة هذه التغيرات الحاصلة؛ فقد أودى ذلك إلى وقوع انحرافات وخروقات جراء الممارسات والأدوار الجديدة التي باتت تقوم بها أقطاب التقنية من أخبار كاذبة، واستغلال للبيانات وخصوصية المستخدم...إلخ، ومن هذه المعطيات سنحاول في هذا الفصل التعرف على التوجهات الجديدة لشركات التقنية في ممارستها للإعلام بالتفصيل وعرض لأهم هذه الشراكات والقضايا الناتجة عن هذا التحول.

أولاً: التوجهات الجديدة لشركات التقنية نحو ممارسة الإعلام:

1. التوجه نحو إبرام شراكات تعاونية وصفقات إعلامية:

لتعزيز تواجدتها ضمن المشهد الإعلامي وتكريس سيطرتها على هذا الواقع الجديد، تسعى شركات التقنية إلى إبرام عقود شراكة وتعاون مع مؤسسات ذات أنشطة مختلفة من شأنها أن تدعم المحتويات التفاعلية عبر الإنترنت.

أ: شراكات فايسبوك:

وتعتبر فايسبوك واحدة من بين الشركات السبابة في الظفر بأكبر هذه الصفقات، والتي تعد اتفاقية حماية حقوق المؤلف¹ بين مؤسسة فايسبوك التي أبرمتها مع كامل المنظمات المعنية بحماية الملكية الفكرية وكذا الحقوق المجاورة¹، في خطوة تسعى من خلالها فايسبوك إلى حماية مستخدميها ومنتجاتهم الفكرية المتداولة عبر موقعها أو عبر قناتها الافتراضية، وهي خطوة مكنت الشركة من التفوق على المؤسسات الإعلامية التي لم تتمكن من إبرام اتفاقيات مع كافة المنظمات الحقوقية ذات الشأن بحقوق التأليف.

كما أبرمت فايسبوك اتفاقيات تعاون وشراكة مع العديد من وكالات الترفيه وصناعة الأخبار والتي من بينها 'وكالة أستوشيتد برس' العام 2017 لصناعة محتوى رقمي خاص بفايسبوك وكذا لتجنب المحتويات المغلوطة التي قد تنشر عبر موقع الشركة² من قبل النشطاء على اعتبار الوكالة متخصصة أيضاً في التدقيق عن المعلومات الخاطئة وكذا نظراً لشراكاتها مع مؤسسات عالمية قد تعد مصدراً موثوقاً للأخبار.

بالإضافة إلى شراكاتها الناجحة مع كل من شركة 'آبل' وشركة 'مايكروسوفت'؛ فبالنسبة لشراكاتها مع 'آبل'³ التي هدفت جرائها فايسبوك إلى تطوير خدمات الترفيه ووسائل الاتصال خاصة التلفزيون الذكي والذكاء الاصطناعي وحتى الواقع الافتراضي الذي تعد شركة آبل من بين المؤسسات التقنية التي نجحت في إطلاق العديد من الخدمات كنماذج جديدة تعتمد على مبدأ الذكاء الاصطناعي، وتعد خدمة 'آبل تي في'⁴ من الخدمات الناجحة للشركة والتي تعمل وفق نموذج التخزين السحابي واستقبال المحتويات الرقمية عبر شرائح رقمية ذكية، كما استفادت فايسبوك من هذه الشراكة بعد ربط آبل بين منصة فايسبوك ونظام التشغيل التابع لها 'أي. أو. أس. I.O.S'، أين مكن ذلك مستخدمي فايسبوك من الحصول على خدمات المنصة عبر أكثر من جهاز وعبر أنظمة تشغيل مختلفة وهو ما يزيد من شعبيتها ويخلق ممارسات أكثر.

¹ Facebook Journalism Project, 2017, visited on 25/05/2017 at 16 :20, <https://transparency.facebook.com/>

² Facebook Journalism Project, 2017, visited in 19/10/2017 at 15 :30, <https://arar.facebook.com/communitystandards/>
³ شراكة فايسبوك وآبل، 2015/01/13، تم التصفح بتاريخ 2017/03/19 بتوقيت 17:15، تكنولوجيا / 296994 / www. Ra2ed.com/

⁴ فراس اللو، بين فايسبوك وآبل: مالا تعرفه عن شركات التقنية، 2017، تم التصفح بتاريخ 2017/05/16 بتوقيت 14:06،

<http://midan.aljazeera.net/miscellaneous/technology/2017/8/1/> بين-فايسبوك-وآبل-ما-لا-تعرفه-عن-الشركات-التقنية-الكبرى

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

أما فيما يخص شراكتها مع 'مايكروسوفت Microsoft'، فقد استفادت فايسبوك من الكادر التقني التابع لشركة 'مايكروسوفت' في تطوير خوارزميات الموقع لضمان أفضل تجربة للمستخدم وتسهيل عملية الولوج إلى الخدمة أكثر على اعتبار أن مايكروسوفت من بين شركات التقنية المشاركة في مبادرة الذكاء الاصطناعي الجديدة¹. بالإضافة إلى عقود شراكة مع كبريات وكالات الأنباء خاصة وكالة 'رويترز البريطانية' وكذا وكالة الأنباء الفرنسية لتعزيز مبدأ المصادقية في المحتويات المنشورة عبر المنصة خاصة بعد إطلاق فايسبوك 'المشروع الصحافة' الذي وظفت فايسبوك من أجل قيادة فريق الأخبار ضمنه مقدمة الأخبار السابقة لقناة 'سي أن أن CNN' كامبل براون² Campbell Brown، وسيتم في مشروع الصحفي الجديد، تدريب الكوادر الإعلامية التابعة للعديد من مؤسسات الإعلام التقليدية في ميادين تقنية مع نخبة من مهندسي التكنولوجيا التابعين لفايسبوك، كذلك سيتم تكوينهم حول كيفية توظيف الشبكات الاجتماعية سيما منصة فايسبوك لتدعيم محطاتهم الإعلامية ضمن التواجد في إطار البيئة الرقمية، وهو الأمر الذي لقي استحسان العديد من مهنيي القطاع عالميا، بحيث أعربت 'ميليسا بيل Melissa Bell' الكاتبة بموقع 'فوكس ميديا Vox Media'³ عن قيمة هذه الشراكة وما ستسفر عنه بقولها أنه "من الضروري لهذه الصناعة أن نتعاون فيها من أجل صناعة إعلام مربح، جدير بالثقة ومثمر"⁴.

ولتدعيم المشروع أكثر، فقد استعانت فايسبوك بخبراء التقنية وصناعة المحتوى الرقمي والتصميم التابعين لشركة 'آبل' وكذا 'مايكروسوفت' مستفيدة بذلك من شراكتها معهما لتكوين الإعلاميين. هذا المشروع مكن فايسبوك من إبرام عقود شراكة مع مؤسسات إعلامية كبرى التي باتت تتجه بدورها نحو عرض محتوياتها عبر منصة فايسبوك بدلا من الوسائل التقليدية المتاحة، وشرط فايسبوك في ذلك يكمن فيما وصفه 'زوكريغ' بالجودة العالية للمنتجات معربا أن فايسبوك تتيح لوسائل الإعلام وللناس فرص نشر المعلومات⁵ بشكل أسرع من أي وقت مضى، لذا وجب معالجة المعطيات قبل تضخيمها.

¹ Romain Dillet, **Apple Joins Amazon, Facebook, Google, IBM and Microsoft in AI initiative**, 27/01/2017, visited on 15/06/2017 at 15 :23 <https://techcrunch.com/2017/01/27/apple-joins-amazon-facebook-google-ibm-and-microsoft-in-ai-initiative>

² فايسبوك تطلق مشروعا لمساعدة الصحف الأميركية المحلية، 2018/02/27، تم التصفح بتاريخ 2018/03/15 بتوقيت 14:12،

<https://www.alarabiya.net/ar/technology/2018/02/27/الصحف-الأميركية-المحلي-مشروعا-لمساعدة-الصحف-الأميركية-المحلي>

³ زهراء مجدي، سيغنال: خدمة فايسبوك الجديدة للصحفيين وصناع المحتوى، 2015/09/21، تم التصفح بتاريخ 2017/09/15 بتوقيت 15:56،

<https://www.sasapost.com/signal-new-facebook-service-for-journalists-and-content-makers/>

⁴ فايسبوك تعلن عن مشروع الصحافة لتعزيز علاقتها مع الإعلام الإخباري، 2017/01/12، تم التصفح بتاريخ 2017/03/15 بتوقيت 13:00،

<https://abumahjoobnews.com/2017/01/12/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%86-%D8%B9%D9%86-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D8%B9/>

⁵ المرجع السابق نفسه.

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

هذا وقد عقدت فايسبوك مؤخرا اتفاقية شراكة مع "شركة" وارنر ميوزيك Warner Music¹ التي تمكن مستخدمي فايسبوك من إنشاء وتحميل وكذا مشاركة الأغاني من تصنيفات -وارنر ميوزيك- وهي أفضل طريقة لتوسيع تدفق عالم الموسيقى حسب مسؤول مجموعة 'وارنر ميوزيك' 'أولي أورمان Orlee Orman'، تأتي هذه الصفقة في أعقاب اتفاقيات شراكة مماثلة من فايسبوك مع كل من مجموعة 'يوني فرسال' ومجموعة 'سوني للنشر' وبذلك تكون فايسبوك قد غطت كل المجالات التي تصنع وتشكل الواقع الإعلامي.

ب: صفقات اليوتيوب:

على صعيد آخر، فقد أبرمت يوتيوب عقود شراكة مع أستديوهات هوليوود لدعمها ماليا في جانب الإنتاج وكذا للتفرد بالحصرية في بث المحتوى المنتج، كما أبرمت عقد شراكة مؤخرا بالتعاون مع مدينة دبي للأستوديوهات لافتح المركز الأول للتصوير والإنتاج المخصص لمنشئ المحتوى في الشرق الأوسط تحت تسمية² 'YouTube Space' على اعتبار المنطقة العربية من أكثر المجتمعات المستخدمة لمنصة يوتيوب عالميا حسب 'لانس بودير Landes Baudir' المدير الرئيس العالمي لبرنامج فضاءات يوتيوب.

كما أبرمت اتفاقيات شراكة مع شبكة 'فوكس' وشبكة 'سي.بي.أس.' 'CBS& Fox' الإعلامية لتعرض محتوياتها عبر خدمة 'يوتيوب ريد³ YouTube Red'.

ج: شراكات سناب تشات:

سناب تشات بدورها قد أبرمت اتفاقية شراكة مع وكالة 'بلومبرغ الاقتصادية' بهدف الاستعانة بخبرائها في مجال البث الحي الرقمي لتطوير المنصة من جهة ولتحقيق إيرادات مالية من سوق الإعلانات كرهان أساسي لخوض السباق التنافسي من جهة أخرى، وحتى لقياس أداء الحملات الإعلانية.

¹فايسبوك يعقد شراكات موسيقية، 2018/03/10، تم التصفح 2018/03/15 بتوقيت 17:00،

<https://arabic.sputniknews.com/mosaic/201803101030642060->

%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%B9%D9%82%D8%AF-

%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%A9-

%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9/

² يوتيوب يطلق "يوتيوب سبائس" بالتعاون مع مدينتي دبي للأستوديوهات، 2016/12/12، تم التصفح بتاريخ 2017/06/19 بتوقيت 21:00،

alborsanews.Com/2016/12/12/943115

³ أحمد عنتر، ماهو يوتيوب الأحمر؟، 2015/10/23 تم التصفح بتاريخ 2017/11/25 بتوقيت 14:22، <https://aitnews.com/2015/10/23/>

ماهو-يوتيوب-الأحمر/

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

يذكر أن هذه الإيرادات مكنت سناب تشات من إطلاق خدمتها الجديدة التي تمكن المستخدمين من إجراء محادثات فيديو مباشرة قد بلغت الـ 40 بالمئة كنسبة زيادة سجلت لصالحها في تداولات البورصة لعام 2017¹، الأمر الذي أصبح يستغل من قبل وسائل الإعلام في تداول مضامينها مؤخرًا.

د: صفقات تويتر:

أما تويتر، فيواصل سلسلة الشراكات مع عدة مؤسسات تقنية وإعلامية تحديداً، خاصة شراكتها مع قناة 'فوكس' وقناة 'الطقس Weather Channal' الأمريكيتين، وتكمن فائدة هذه الشراكة في تمكين المستخدم من استقبال المحتوى في أي وقت يريد في إطار ما أطلق عليه مدير قسم الترويج للمحتوى والرعاية لدى تويتر 'بالرعاية ثنائية الشاشة' ²Tow Screen Sponsor ships بحيث يمكن أن تظهر تغريدات المحطات الإعلامية في شكل تغريدات ترويجية ضمن 'برنامج Twitter Amplify' الذي يسمح لقنوات البث المتعاونة مع تويتر من الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

برنامج 'Twitter Amplify' مكن تويتر من عقد شراكات مع العديد من قنوات البث التلفزيوني، إذ يضمن إمكانية تبادل المرغدين لمقاطع فيديو عن أهم البرامج التلفزيونية المفضلة لديهم، ومن جملة هذه القنوات التلفزيونية الآتي: 'Time Inc, WWE, Clear Channal & Bloomberg T.V'.

كما قامت تويتر مسبقاً بعقد شراكة مع كل من قناتي 'ESPN & Ford Fusion' الأمريكيتين³، بحيث يقوم كل منهما بنشر للقطات الرياضية الفورية في شكل إعادة لحجى الرياضة من المجتمع الأمريكي. وتعمل تويتر حالياً على توفير مقاطع فيديو ضمن التغريدات لأشهر لقطات الإعادة من خلال العديد من الحسابات التي تملكها شركة 'Sony Pictures, Sprint & Taco Bell'، وهي ميزة تمكن مشاركة الجماهير للمقاطع التلفزيونية المفضلة عبر موقع تويتر، الأمر الذي جلب إليها أكبر عدد ممكن من المعلنين وهو ما دفع بها إلى إبرام شراكة تعاونية مع وكالة 'بلومبرغ الاقتصادية' لتسيير حصتها من الإعلانات.

¹ أسهم سناب تشات تقفز 40 بالمئة في بداية تداولها في بورصة نيويورك، 2017/03/03، تم التصفح بتاريخ 2017/12/20 على الساعة

<http://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-39149470>، 16:22

² Lauren Indivik, **Twitter Amplify will Bring Sponsored Video Clips to your feed**, 23/05/ 2013, visited on 15/05/ 2017 at 22 :00, <http://mashable.com/2013/5/23/twitter-amplify/KP3FCsU3sqW>

³ أحمد الخضسر، تويتر تعلن عن برنامج شراكة مع وسائل الإعلام، 2013/05/24، تم التصفح بتاريخ 2017/04/25 بتوقيت 13:20،

[https:// aint news.com/2013/05/24/](https://aintnews.com/2013/05/24/)

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

2. اعتماد سياسة الاستحواذات والاندماجات:

أ: الخلفية الاقتصادية:

يعد موضوع الاندماج والاستحواذ من بين أهم المواضيع التي تثير اهتمام الكثير من الباحثين في جميع أنحاء العالم نظرا لأهميته في العديد من القطاعات، ويعتبر كلاهما أحد الاستراتيجيات التي تعمل بها الشركات على مختلف نشاطات أعمالها خاصة لما لها من أهمية وأثر كبيرين في مساعدة أي مؤسسة على النمو بسرعة سواء في القطاع الذي تشغله أو في حقل جديد تهدف للاستثمار به واكتساح أسواق جديدة فيه. تحدث هذه العمليات تحت ضوابط تحددها وتراقبها لجان خاصة كون هذه الأخيرة ترى بأن لمثل هذه العمليات آثار كبيرة على الأسعار في الأسواق لذا تم حظر العديد من استحواذات واندماجات شركات على شركات أخرى في بعض المناطق من العالم والتي قد تتحول إلى سياسة احتكارية وورقة ضغط على أطراف مختلفة¹. ومن بين الشركات التي نجدها تتجه نحو سياسة الاستحواذ هي الشركات التقنية.

ارتفعت ظاهرة إتباع إستراتيجية الاندماج والاستحواذ في مختلف قارات العالم بشكل كبير حاليا على الرغم من أنها ظهرت في وقت مبكر بالنسبة للدول المتقدمة وحديثة نسبيا في الدول النامية للشروع في الإصلاحات الاقتصادية التي جاءت بأزمة مالية عام 1991 ولتحقيق النمو والتطور بالنسبة لهذه المؤسسات².

ب: مفهوم عمليتي الاندماج والاستحواذ:

ويمكن تقديم مفهوم " الاندماجات والاستحواذات " في كونها تشير إلى مجموعة واسعة من المعاملات المماثلة وهو في الأساس يمثل مصطلحا عاما يشير إلى دمج شركتين أو أكثر من شركة واحدة وفي الوقت الحاضر نجد أن العديد من المعاملات تتم بموجب شعار الدمج والاستحواذ وفي جميع الحالات يكون الحد الأدنى لنشاط هذه العملية هو عرض لشراء الشركة الأخرى، يمكن أن يكون مجملها أجزء منها³. وعلى الرغم من أوجه التشابه العديدة فإن المفهومين يعينان أشياء مختلفة، فالفرق الرئيسي بين المفهومين يكمن في الطريقة التي يتم بها جلب شركة للشركة الأخرى ففي عملية الدمج عادة ما تكون هناك فرصة للتفاوض بين الطرفين عكس الاستحواذ الذي ليس من الضروري أن يقع فيه التفاوض فمثلا الشركة (أ) تريد الاستحواذ على الشركة (ب) لتصبح في الغالب مملوكة لها بالكامل وتنتهي الشركة (ب) من الوجود تماما وفي بعض الحالات تكون نيتها البيع، وعادة ما يشار للشركة المهيمنة بالمقتنية أما الطرف الآخر يعرف باسم النقطة

¹ خالد غزال، ملف غوغل: يكشف أسرار أسطورة العصر، 2017/10/8، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 على الساعة 19:00،

<http://www.alhayat.com/article/885384/-%D9%85%D9%84%D9%81-%D8%BA%D9%88%D8%BA%D9%84-%D9%8A%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%B1-%D8%A3%D8%B3%D8%B7%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AB>

²http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/12642/5/05_chapter%201.pdf

³ The Legal Analysis Of Mergers & Acquisitions In The Eu, p4.

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

الهدف، كما تجدر الإشارة إلى أن هناك الاستحواذات الودية والتي غالبا ما تتم بين شركة كبرى وشركة صغيرة ناشئة يعوقها في التوسع نقص رأس المال فتبحث عن شريك أكبر يوفر الاستثمارات اللازمة ويكون الاستحواذ هنا بالنسبة للشركة المستحوذ عليها بمثابة فرصة للتطوير، كما نجد الاستحواذ العدائي الذي يكون هدفه غالبا السيطرة على السوق¹.

ج: توجه الشركات التكنولوجية نحو تطبيق سياسة الاندماج والاستحواذ:

وكما ذكر سابقا، بأن هذه الظاهرة قد مست حتى المجال التكنولوجي فنجد العديد من الشركات التقنية التي إما تندمج شركة مع شركة أخرى وتصبح تحت لواءها، وإما أن تستحوذ عليها في إطار العديد من الأهداف منها المعلنة ومنها الخفية التي تصبوا لها المؤسسة، لذا نرى موجة الاستحواذات تحتاج مواقع التواصل الاجتماعي خاصة وأن السلعة الأساسية – بالرغم من أن أغلب المحتويات والمعلومات تقريبا تتلقاها بشكل مجاني- بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي هي المستخدم بالدرجة الأولى، فتوجه المستخدمين لمنصة اجتماعية بشكل كبير دون أخرى يحفز هذه الأخيرة للاستحواذ على تلك الشركة لضمان استمرارية تواجد جمهورها لوقت أكثر وبالتالي ضمان تدفق بيانات ومداخيل أكبر خاصة وأنها تعتمد في الكثير من الأوقات على إحصائيات مدروسة لجذب المستخدمين بناء على اهتماماتهم، لذا تعد مواقع الشبكات الاجتماعية من بين أكثر المواقع الإلكترونية التي يتم الاتجار بها.

بداية مع موقع الفيسبوك الذي نمت من غرفة نوم متواضعة بجامعة هارفارد ليصبح أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شعبية في العالم بما يقارب 900 مليون مستخدم نشط لتصل بعدها شركة مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg لأكثر من 200 مليار حصة سوقية.² يعرف الفيسبوك موجة نمو سريعة خاصة مع عمليات الاستحواذ التي يقوم بها، فقد اكتسب 66 شركة كانت من أكبر هذه الصفقات صفقة الاستحواذ على الانستغرام.³ من بين الأسباب التي دفعت بمارك إلى القيام بهذه الخطوة هي حسب ما صرح به المدير السابق للتسويق التجاري العالمي 'مايك هوفلنغر Mike Hoefflinger' أن الفيسبوك أكد أنه بإمكانه أن يبني عدة منتجات في نفس الوقت وأنه بإمكانه تحويل رؤى النمو والتأثير إلى واقع حقيقي، فهو أفضل مكان في واد السليكون لدفع نمو هائل⁴، وبحسب العديد من المعطيات والمستجدات من خلال النظر لها برؤية تحليلية فإنه يتضح سبب آخر لهذه الصفقة المتمثل في هدف زوكربيرغ للاحتفاظ أو زيادة عدد المستخدمين ومستويات المشاركة وبعتماده على عائدات الإعلانات وبالتالي ضمان تدفق أكبر، فمن المفيد القيام بهذه المبادرات، خاصة وأن فائدة مساعدة المستثمرين هي أفضل الاتجاهات الأساسية في

¹ Alexander Roberts, *op cit*, p3.

² Adam Hayes, **Facebook's Most Important Acquisitions**, visited on 03/04/2018 at 20:38, <https://www.investopedia.com/articles/investing/021115/facebooks-most-important-acquisitions.asp>

³ Steve Toth, **66 Facebook Acquisitions – The Complete List (2018)**, 04/01/2018, visited on 04/04/2018 at 18:22, <https://www.techwyse.com/blog/infographics/facebook-acquisitions-the-complete-list-infographic/>

⁴ Kurt Wagner, **Here's why Facebook's \$1 billion Instagram acquisition was such a great deal**, 09/04/2017, visited on 04/04/2018 at 18:00, <https://www.recode.net/2017/4/9/15235940/facebook-instagram-acquisition-anniversary>

ولسبب آخر وبالاعتماد على سياسة التعلم من الأخطاء يعرف الجميع في سيلكون فالي قصص شركات مثل AOL وياهو' yahoo، التي سطع نجمها فترة قبل أن تهوي بفعل تحولات كبرى في مجال التقنية، واجهت شركة فيسبوك تحوّلًا مماثلًا كان هو اختبارها الأول الكبير، تمثّل في شيوع الهواتف الذكية. بدأ فيسبوك بموقع على شبكة الإنترنت، مثل 'ياهو' لكن بينما تسبب التحول إلى الهواتف الذكية في سقوط هذه شركة، رأى 'مارك زوكربيرغ' مبكرًا أهمية الهواتف المحمولة المزودة بشاشات اللمس، ودفع بمهندسي الشركة إلى صنع تطبيقات تناسب الهواتف المحمولة باعتبارها الأولوية الأهم، ولم يكتفِ 'زوكربيرغ' بالاستثمار في تطبيقات الهواتف المحمولة، بل مضى يحاول الاستحواذ لحساب فيسبوك على أي شركة يُحتمل أن تنافس في شعبيته على الهواتف المحمولة فقام بشراء تطبيق «انستغرام» في 2012 بمليار دولار أمريكي، ثمّ تطبيق المراسلة «واتساب» بعدها بعامين، بـ19 مليار دولار، أما الشركات التي رفضت عروض الاستحواذ فقد وجدت نفسها أمام إمكاناتٍ لا قبل لها بمواجهتها لعل المثال الأبرز هو شركة سناب، صاحبة تطبيق سناب شات، التي رفض مديرها التنفيذي 'إيفان سبيغل' Evan Spiegel عرض شراء من 'مارك زوكربيرغ' بقيمة 3 مليارات دولار، وطرح الشركة للاكتتاب العام في 2017، وكان رد شركة فيسبوك هو تطوير نسختها الخاصة من مزاي سناب شات، في غضون ستة أشهر، انتشرت خاصية «القصص» في تطبيق انستغرام، المأخوذة من سناب شات، انتشارًا واسعًا، وتجاوز عدد مستخدميها يوميًا عدد مستخدمي تطبيق سناب شات، كذلك قدم تطبيق انستغرام (الذي كانت فيسبوك قد استحوذت عليه) نسخته من عدسة سناب شات التي تسمح للمستخدمين بالتقاط صور سيلفي بأذان الأرناب والكلاب وهذه المنافسة المباشرة كان لها أثرها في انخفاض قيمة أسهم شركة سناب.¹ لكن أكبر شركة بين شبكات التواصل الاجتماعي تقرر اليوم بأنه أصعب عام يمر به الفيسبوك حيث وجدت نفسها غارقة في العديد من الخلافات و القضايا حول الأخبار المزيفة، التدخل الانتخابي، انتهاك الخصوصية، وأثرها السلبي في الإدمان على الهواتف الذكية أدى بها إلى خسارة 100 مليار دولار من القيمة السوقية بعدما كسبت في عام 2017 أكثر من 2 مليار مستخدم.

ما فعله فيسبوك ما كان إلا إتباعاً لنموذج غوغل، التي اشترت في 2006 موقع يوتيوب، واحدٌ من أكثر المواقع شعبية على الإنترنت، بـ1.65 مليار دولار والاستحواذ الأهم على الإطلاق كان شراء غوغل لشركة برمجيات مغمورة في 2005، اسمها أندرويد، ما أسس لهيمنتها لاحقًا على عالم أنظمة تشغيل الهواتف الذكية.² وهذا ما جعل الشركة - على الرغم من أن 'آبل' Apple و'شل' Shell و'ول مارت' Walmart شركات تعد من كبرى شركات العالم - تنفرد باحتكار عالمي لمصدر مالي تتدفق منه الأرباح بشكل متزايد من عام لآخر، إضافة إلى نجاح غوغل في الاستحواذ على حيز مهم في حياتنا اليومية وعلى الملايين من المستخدمين من خلال الخدمات المقدمة من قبل الشركة وما عاد عليها من فوائد

¹Timothy B. Lee, **The end of the internet startup**, 11/07/ 2017, visited on 06/04/2018 at 13:15https://www.vox.com/new-money/2017/7/11/15929014/end-of-the-internet-startup

²Ibid.

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

جراء عمليات الاستحواذ التي قامت بها، إنهم يستعينون بهذه الخدمات سواء استخدموا الهاتف المحمول العامل بنظام أندرويد Android أو من خلال مشاهدة أشرطة فيديو على موقع يوتيوب YouTube، ففي كلتا الحالتين يستخدم هؤلاء الأفراد منتجات من تصميم وابتكار شركة غوغل، وبهذا فإنه لم يعد أحد بإمكانه الاستغناء عنها لا اقتصاد ولا وسائل إعلام ولا المشتغلون بالمسائل العلمية والسياسية ولا حتى المواطن العادي، فضلا عن أن غوغل لم تعد مجرد محرك بحث بل هي إمبراطورية ساهم الجميع في تأسيسها من خلال الكثير من البيانات¹. كما سجلت من بين أعلى عمليات الاستحواذ شراءها لشركة waze سنة 2013 بمبلغ يقدر بـ \$ 1.15B وهي شركة ناشئة لخدمات الخرائط - وهو التطبيق الذي فاز بأفضل تطبيق للموبايل في المؤتمر العالمي للهواتف المحمولة في 2013 - بهدف تحسين خدمة خرائط غوغل لمساعدة الأفراد على التنقل، كما اشترت شركة DeepMind سنة 2014 الناشطة في مجال التعلم العميق². إضافة إلى أن استحواذات جوجل ليست دائما حول المنتجات بل حتى جلب أفكار وعقول جديدة موهوبة، كما نذكر توقيع 'غوغل وسامسونغ Samsung' على صفقة براءة اختراع عالمية جديدة بعد استحواذ غوغل على شركة 'موتورولا Motorola'، كان بعدها بيومين التركيز على تطبيقات أندرويد³. ويعتبر هذا - بالإضافة إلى العديد من المنتجات الإلكترونية - ما هو إلا جزء من نموذج عمل الشركة لترسم الطريق لامبراطوريتها العملاقة التي تتشكل. وقد تغيرت هيكله غوغل التي أصبحت حاليا تعرف باسم ألفابت والتي يعتبرها الكثيرون أنها تكتل بالفعل - ليس كغيره من التكتلات التي انهارت - بضم عدد من الشركات⁴.

وتستمر عملية توسع شركات التقنية فتعلن تويتر Twitter استحواذها على Whetlab لبدء التعلم الآلي في 'جامعة كامبريدج' كمحاولة منها بتطوير تكنولوجيا تشبه الذكاء الاصطناعي للتعرف على ما ينشره المستخدمون لتعزيز فهم تويتر لقاعدة مستخدميه، الكشف عن الرسائل الغير مرغوب فيها، تحسين استهداف الإعلانات وفهم مخزن البيانات الضخم لتنظيم المحتوى ذو الصلة وتصنيفه⁵، كما حاولت تويتر الاستحواذ على شركة 'توبسي Toopsi' التي

¹ تورستن فريكه، أولريش نوفاك، مرجع سبق ذكره، ص 10.

² Cbinsights, Infographic, Google's Biggest Acquisitions, 12/10/2017, visited on 06/04/2018 at 19:30, <https://www.cbinsights.com/research/google-biggest-acquisitions-infographic/>

³ Matt Reynolds, If you can't build it, buy it: Google's biggest acquisitions mapped, 25/11/ 2017, visited on 06/04/2018 at 19:53, <http://www.wired.co.uk/article/google-acquisitions-data-visualisation-infoporn-waze-youtube-android>

⁴ Sarah Jeong, Kaleigh Rogers, Why Google Is Restructuring Now, 11/08/ 2015, visited on 06/04/2018 at 20:29, https://motherboard.vice.com/en_us/article/539v88/why-google-is-restructuring-now

⁵ Sarah Perez, Twitter Acquires Machine Learning Startup Whetlab, 17/06/ 2015, visited on 06/04/2018 at 21:20, <https://techcrunch.com/2015/06/17/twitter-acquires-machine-learning-startup-whetlab/>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

تمتلك تقنيات أفضل في البحث والتحليل ، لكن هذه الأخيرة تم شراءها من قبل آبل بـ 200 مليون دولار وينظر مهندسي البرمجة في تويتر أنه لخسارة دفع هذا المبلغ المرتفع مقابل تقنية من الممكن أن تطورها بنفسها¹ . كما أن تويتر كانت هناك محاولة للاستحواذ عليه من طرف فيسبوك عام 2008 لكن جهوده لم تجد الحصاد المنتظر، العديد من التحليلات اليوم ترى بأنه شراء تويتر من الفيسبوك اليوم يزيد من عمق تجربة المستخدم وقوة السيطرة على عدد لا نهائي من الصحفيين والعاملين بمجال الأخبار عموماً إضافة إلى أنه سيضيف له مالا يستطيع تقديمه وحده² .

صفقة أخرى تم فيها الاستحواذ على شركة ياهو من طرف شركة الاتصالات الأمريكية " فيرايزون للاتصالات" بمبلغ 4.83 مليار دولار، تم على أساسها بيع قطاع أعمال الإنترنت الرئيسي إلى فيرايزون الذي يشمل البريد الإلكتروني والإعلانات الرقمية والوسائط وعلى إثر هذا، تغير اسم الشركة إلى "ألتابا" وما تبقى من أصولها هو أسهمها في مجموعة 'علي بابا القابضة' التي تبلغ 15%، وأسهمها في ياهو اليابان التي تبلغ 35.5%³ ، بالرغم من أن العملية تعرضت لاحتمال إلغاء بعد محاولتي اختراق ضخمتين لبيانات مستخدمي ياهو، يُذكر أن الاختراق الأول تعلق بنحو نصف مليار حساب مستخدم في ياهو، والثاني تعلق بأكثر من مليار حساب مستخدم⁴. كان الهدف من هذه العملية الحصول على حصة من المحتوى الإعلامي وحصة سوق الإعلان على الإنترنت⁵. خاصة وأنها تعد بوابة إعلامية وتحمل قاعدة ضخمة من المستخدمين.

¹ رياض ياسمين، "تويتر" حاولت الاستحواذ على "تويسي" لسنوات عديدة، وهنا أسباب فشلها، 4 ديسمبر 2013، تم التصفح بتاريخ 2018/04/06 بتوقيت 21:55، <http://ar.itp.net/595889>

² Felix Salmon, **Why Facebook should buy Twitter**, 05/04/2015, visited on 06/04/2018 at 22:13, https://fusion.tv/story/128613/why-facebook-should-buy-twitter/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=fusionnetwork&utm_content=link

³ ياهو تغير اسمها ل "التابا" و رئيستها تغادر الشركة، 11/01/2017، تم التصفح بتاريخ 2018/04/06 بتوقيت 23:30، <http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2017/1/11/الياهو-تغير-اسمها-ل-التابا-ورئيستها-تغادر-الشركة>

⁴ ياهو ..! السر وراء علامة التعجب، 27/12/2015، تم التصفح بتاريخ 2018/04/07 بتوقيت 17:27، <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/27/%D9%8A%D8%A7%D9%87%D9%88>

⁵ **Verizon's Acquisition of Yahoo: Deal or No Deal?, 8th Annual Brooks Case Competition – Spring, 2017.** <http://faculty.cbpa.drake.edu/suh/brooks/brooks-vz-yahoo.pdf>

3. التوجه نحو إنشاء فرق خاصة:

بفعل التحولات التي عرفها المشهد الإعلامي، بعد دخول أطراف جديدة على عملية صناعة هذا الواقع سيما شركات التقنية التي رفعت رهان الريادة من جديد في هذا القطاع وهو ما دفعها إلى الاستعانة بفرق متخصصة في المجال الإعلامي لتفادي الوقوع في أخطاء قد تكلفها خسائر فادحة، كما أدى بها ذلك إلى تطوير الأيدي العاملة لديها في مختلف مجالات التقنية لضمان أفضل مواكبة لمتطلبات المستخدمين الذين تراهن على بقائهم ضمن منصاتها لآجال بعيدة الأمد.

أ: إنشاء الفرق الخاصة من قبل خدمة يوتيوب:

وتعتبر شركة يوتيوب من بين الشركات السبّاقة في إنشاء مثل هذه الفرق، سيما لجملة الخدمات الرقمية التي تعتبر خدمة يوتيوب تي في YouTube¹ من أبرز الخدمات التي تم إطلاقها والتي تعنى ببث محتويات رقمية مختلفة سواء من إنتاج الشركة أو التابعة للمتعاملين معها، وعلى هذا الأساس فقد تطلب الأمر من إدارة الشركة بداية إنشاء فرق متخصصة في مجال التصميم الافتراضي والتصميم ثلاثي الأبعاد والهندسة الرقمية وكذا مجال الإنتاج الفيلمي الرقمي، بهدف صناعة محتويات تتماشى مع غايات المؤسسات الربحية من جهة، وتوفير أحسن المنتجات الرقمية للمستخدم من جهة ثانية، وقد أطلق على هذا الكادر التقني تسمية 'YouTube T.V Team'، هذا الطاقم تتفرع منه عدة مجموعات منها المتخصصة في مجال الإعلانات التي يجب هيكلتها وتسييرها بطريقة منظمة ومراقبة سيرورتها بانتظام، بحيث يعمل هذا الفريق بالتنسيق مع وكالات الإعلان التي تربطها علاقة تعاون مع الشركة الأم 'غوغل' تعمل على توزيع حصص ومدة الإعلانات على مختلف الفيديوهات والمنتجات الرقمية بحسب الأجر المدفوع لفرع 'غوغل أدز Google Adds' والذي على أساسه تمنح أولوية الإعلانات ضمن خدمة يوتيوب ريد كخدمة مدفوعة لمعلن دون سواه.

أما الكادر المتخصص في مجال التصميم الافتراضي والتصميم ثلاثي الأبعاد خاصة، فيعمل على صناعة محتويات تتماشى من حيث طبيعة الأشكال المصممة في الفيديوهات الرقمية مع أحدث الأجهزة التي يستعملها المستخدم في خطوة لدعم مجال الواقع المعزز والافتراضي ككل، وكذا بهدف دعم منتجها الجديد 'نظارة غوغل' التي تعمل وفق مجال الواقع المعزز ذو التجربة التفاعلية².

إلى جانب الفريق المتخصص في إنتاج الفيلم الرقمي، الذي تولى مهمة صناعة محتويات فيلمية طويلة تركز بالأساس على معايير الإنتاج السينمائي في كبريات الاستوديوهات العالمية، مستفيدة بذلك من شراكتها مع أستوديوهات

¹ يوتيوب تي في خدمة جديدة للبث التلفزيوني المباشر، 2017/03/01، تم التصفح بتاريخ 2017/06/10 بتوقيت 02:55،

يوتيوب-تي في-خدمة-جديدة-للبيث-التلفزيوني-المباشر-https://www.skynewsarabia.com/technology/922834

² هذه نظارة غوغل.. رهان غوغل على الواقع الافتراضي، 2018/01/14، تم التصفح بتاريخ 2018/04/20 بتوقيت 04:00، 'Lenovo Mirage

'Solo، https://arabic.cnn.com/tech/2018/01/14/google-lenovo-mirage

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

هوليوود - التي استفادت كثيرا من عرض منتجاتها عبر منصة يوتيوب لفترات طوال¹ - لضمان محتوى ذو جودة مع توظيف الخيال الرقمي والعديد من التقنيات التي تغيب عن عالم الإنتاج السينمائي، وهي ميزة تنفرد بها الشبكات الرقمية سيما يوتيوب.

وفي خطوة لاحقة، فقد أعلنت يوتيوب عن الاستعانة بخبراء في مجال الإعلام بهدف تدريب كوادر إعلامية تمكنها من دمج قدراتها التقنية مع عدة عناصر من مجال الإعلام التي من شأنها تطوير عالم الإنتاج الرقمي.

ب: إنشاء فرق خاصة من قبل شركة نتفليكس:

وسرعان ما اتبعت شركة نتفليكس المنوال نفسه، بحيث قامت بإنشاء فرق مماثلة تعنى بتصميم وصناعة المحتوى الرقمي بل الأمر تعداه إلى تدريب كوادرها لدى مؤسسات إعلامية معروفة سيما 'شبكة فوكس Fox' و'شبكة سي.بي.أس CBS' لتفادي إغفال جوانب معينة قد تغطي عليها التقنية مما يؤثر على جودة المحتوى المقدم، ويعد فيلم 'Orange is the New Black' من أشهر منتجاتها الأصلية الضخمة من حيث تكاليف إنتاجها التي بلغت الملايير، أما تكلفة الاستثمارات المخصصة لإنتاج أعمالها الحصرية سيما الدرامية منها فقدرت بثمانية مليارات دولار².

وفي خطوة جريئة تمكنت شركة نتفليكس أيضا من إنشاء فريق متكامل من التقنيين سيما في مجالات التصوير الرقمي، التصميم وكذا الإنتاج الرقمي، تمكنت من إطلاق مشروع مصغر بقيادة هذا الفريق لتدريب طواقم إعلامية وتكوينها في مجال التقنية نظرا للزعة الرقمية التي تفرض نفسها على قطاع الإعلام الذي يجب عليه مواكبة الطفرة التكنولوجية وعليه فهذه المبادرة تهدف إلى خلق آداء متكامل للمهنيين لتمكينهم من تقديم محتوى تراعى فيه المعايير الإعلامية السابقة وتقدم بصورة تقنية جديدة لاسترجاع المكسب الجماهيري، مستغلة في ذلك قاعدة البيانات الضخمة التي تجندها لإطلاق محتويات ناجحة جماهيريا وهو ما أكده الكاتب 'أليكسيس مادريجال Alexis Madrigal' بقوله: "عندما بدأت نتفليكس الإنتاج، كان لديها قاعدة بيانات عن الميول السينمائية الأمريكية، وتلك البيانات قد لا تستطيع أن تخبرهم عن كيفية عمل برنامج تلفزيوني، إلا أنها تخبرهم عما يجب أن يقدموه، فعندما أنتجت الشركة مسلسل 'House of Cards' لم يظنوا ما الذي يريده المشاهد بل كانوا يعرفون"³.

ونظرا للفريق التقني الذي يعمل على تطوير التقنيات وخوارزميات العرض في منصة نتفليكس، فقد مكنها ذلك من الإعلان بشكل ضمني - وفاة السينما - وهذا ما يؤكد الكاتب 'جوش ديكي Josh Diki' في مقال عن مواقع

¹ غوغل إمبراطورية المعلومات العالمية، 2015/11/23، تم التصفح بتاريخ 2017/09/25 بتوقيت 11:20،

غوغل - إمبراطورية - المعلومات - العالمية - 2015/11/23 <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2015/11/23>

² نتفليكس وزيادة عدد المشتركين برغم ارتفاع الأسعار، 2018، تم التصفح بتاريخ 2018/03/20 بتوقيت 15:56، <https://www.vapulus.com/netflix/>

³ إمبراطورية نتفليكس هل ستغير مفهوم صناعة الأفلام، 2017، تم التصفح بتاريخ 2017/09/30 بتوقيت 19:00، <https://www.sasapost.com/how-netflix-has-changed-the-cinema-industry/>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

بث الأفلام الإلكترونية والتكنولوجيا الحديثة للشاشات بقوله: " إن صناعة السينما التي صمدت أكثر من 120 عاما تلقى حتفها في غرف المعيشة بمنزلنا، بسبب مواقع بث الأفلام التي أصبحت بفعل طواقمها التقنية تجلب أفلام العرض الأول إلى بيتك¹، مضيفا أن المحتوى الأصلي الحصري هو سحر يباع، إذ يجبرنا على شراء التذكرة لأننا لن نشاهد هذا العمل في أي مكان آخر.

ج: إنشاء فرق خاصة من طرف شركة فايسبوك:

أما العملاق فايسبوك، وبعد إطلاقه لمشروع الصحافة نهاية العام 2017، الذي عرف إنشاء عدة فرق منها فرق تقنية مختصة في مجال تطوير معادلات وخوارزميات التي يبنى عليها الموقع، وفريق إعلامي مكون من عدة إعلاميين من مختلف المؤسسات الإعلامية المشاركة في المشروع، إذ وصفته 'كلير واردل Clear Wardel من منظمة First² Day Draft News' على أنه اعتراف بأن موقع فايسبوك يعتبر نفسه جزءا من النظام البيئي للأخبار. هذا المشروع يسعى إلى تدريب الكوادر الإعلامية في مجال التقنية وكذا التعرف عن قرب عن الممارسات المشروعة لتحرير المواد الخيرية وهو فرصة لتدريب الكوادر العاملة في وكالات الأنباء في مجال التصميم الرقمي للتغيير من شكل البرقيات المرسلة إلى المحطات الإعلامية، وقد وضحت 'واردل Wardel' في هذا الصدد أنه في الماضي كان من الصعب على وكالات الأنباء أن تصبح على اتصال مع المهندسين، ولم يكن للمهندسين أي استيعاب لما يجري في صناعة الأخبار³.

كما يتضمن المشروع أيضا توسيع حيز التدريب الذي سيشمل حتى وكالات الأنباء المحلية، إلى جانب إطلاق دورات تعليم إلكتروني بلغات متعددة تحت رعاية طاقم مكون من تقنيين وإعلاميين.

2 المرجع السابق نفسه.

²فايسبوك عدو الصحافة..بات حليفا لها، 2017/01/14، تم التصفح بتاريخ 2017/04/15 بتوقيت 11:30، <https://yemen-press.com/news89569.html>
² المرجع نفسه.

ثانيا: التحولات والإنحرافات المطروحة نتيجة التوجه الإعلامي الجديد لشركات التقنية:

1. القضايا والإشكالات:

تشهد الساحة العالمية تغيرات مستمرة ومتسارعة في تكنولوجيا الإعلام، فمن صحف ورقية ومؤسسات إذاعية وتلفزيونية تناقش العديد من القضايا الجوهرية في العديد من المجتمعات وتحت ضوابط قانونية ومعايير أخلاقية تنظم إلى حد ما كافة العمليات الإعلامية وتحت إشراف لجان ومجالس خاصة بهذا القطاع، إلى منصات إعلامية تفاعلية جديدة تابعة لأقطاب الشركات التقنية التي أفرزت نتيجة لكافة النشاطات سواء التي تقوم بها هي نفسها أو التي عكستها استخدامات واستعمالات الفرد المستخدم لهذه الشبكات العديد من التحولات والقضايا التي يرسم خطرهما طريقا واضحة معالمه إلى حد ما في واقع الشبكات الاجتماعية، وتعتبر الأخبار المزيفة تحدي كبير بالنسبة للمجتمع والمؤسسات بكافة أنواعها خاصة في ظل تنامي وازدياد هذه الموجة الرقمية وتحول هذه البيئة - مواقع التواصل الاجتماعي - إلى قاعدة مركزية تنشط فيها مثل هذه الأخبار خاصة وأنها غير خاضعة للرقابة والتدقيق عكس ما هو الحال في المؤسسات الإعلامية، لكن هناك العديد من الاستدراكات والآليات التي يحاول من خلالها أصحاب المواقع الشبكية استرجاع سمعتهم التي راحت ضحية غياب المصدقية.

بالنسبة لشركة فيسبوك:

أ: الأخبار الكاذبة (قضية الإنتخابات الأمريكية):

في الآونة الأخيرة تحول تركيز الاهتمام على وسائل الإعلام الاجتماعية والعديد من المنصات مثل الفيسبوك خاصة لتمتعه ببنية مختلفة بشكل كبير عن السابق، كما أن مستوى النقاشات الجوهرية انخفضت عبر هذه المنصات عما كانت عليه سابقا في الوسائل التقليدية¹. وإذا انخفض النقاش فهذا يعني غياب الحقيقة نسبيا وبالتالي انتشار الأخبار الكاذبة أو المزيفة.

تاريخيا إن ظاهرة الأخبار المزيفة ليست جديدة، فالأخبار الكاذبة أو ما كان يعرف بالإشاعات كان حتى مع وسائل الإعلام التقليدية التي حاولت مواجهتها من خلال العديد من الأدوات والطرق محاولة بذلك اكتساب ثقة جمهورها والحفاظ على مصداقيتها،

¹ Hunt Allcott, Matthew Gentzkow, **Social Media and Fake News in the 2016 Election**, Journal of Economic Perspectives, 2017, p211 <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

لكن وسائل الإعلام الاجتماعية أدت إلى الانتشار الواسع للأخبار المزيفة ذات التأثير الكبير على الرأي العام، بحيث يعتقد العديد من المحللين أن وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة أصبحت على نحو متزايد مصدرا لانتشار هذا النوع من الأخبار¹، خاصة وأن طبيعة هذه التطبيقات والمنصات تتميز بنسب عالية من التفاعل من قبل مستخدميها وسرعة الانتشار والتوسع.

وإذا أردنا تقديم تعريف لمصطلح الأخبار المزيفة، فإنه لا يوجد تعريف واحد لكن يمكن القول أن الأخبار المزيفة عبارة عن قصص مصطنعة لا تحتوي على أساس واقعي لكن يتم تقديمها كأخبار، وهناك أنواع عديدة نذكر منها: مواقع مزيفة أو خاطئة أو متحيزة أو مضللة بشكل منتظم، مواقع الويب التي قد تنقل معلومات يُحتمل أن تكون غير موثقة، مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم في الكثير من الأوقات العناوين الجاذبة للقراء للنقر على الأخبار الزائفة، أخبار في شكل كوميدي لكنها يمكن أن تشارك على أنها خبر حقيقي².

فمنصات مثل فيسبوك، تويتر وغوغل يعتقد العديد من الباحثين أنها هي وقود للأخبار المزيفة من خلال الانتشار السريع للمعلومات الغير مؤكدة والتي تشكل الأخبار³. لتعتبر بذلك بمثابة الأرض الخصبة للتضليل الإعلامي خاصة وأن قاعدة مستخدميها كبيرة تستهلك الأخبار بشكل كبير، وتعدد أهداف هؤلاء الناشرين الذين يطلق عليهم اسم "الجيش الإلكتروني" تكون غالبا مدفوعة الأجر، منها لإبراز مواقعهم وكسب المال من خلال تحقيق الدخل جراء الزيارات إلى المواقع الإخبارية المزيفة بسهولة عن طريق الإعلانات، أيضا هناك دوافع سياسية كالتسويق إلى مشاريع سياسية وتضليل الرأي العام عبر إشاعة أفكار بين المواطنين⁴، كما أن بعض الجهات التي تبث أخبار -سواء كاذبة كلياً أو أخبار صحيحة تحمل في طياتها أخبار كاذبة وهي الأخطر- تهدف لزراعة مصداقية المؤسسات.

فالنظام البيئي لوسائل الإعلام الاجتماعية هو أرض خصبة لزراعة التضليل فيمكن استغلالها بسهولة للتلاعب بالرأي العام بفضل التكلفة المنخفضة، إذ يمكن إنتاج مواقع إلكترونية احتيالية وكميات كبيرة من الملفات الشخصية التي يتم التحكم فيها بواسطة البرامج أو الصفحات، المعروفة باسم 'bots'، إذ يمكن لمثل هذه الحسابات المزيفة نشر المحتوى والتفاعل مع بعضهم البعض ومع المستخدمين الشرعيين عبر الاتصالات الاجتماعية تماما مثل الناس الحقيقيين؛ وكون الناس يميلون في علاقاتهم الاجتماعية إلى الثقة فهم يلعبون على هذه النقطة الحساسة ويمكنهم بذلك التلاعب بهذه المعلومات ونشر المحتوى المنتج بهذه الطريقة، ومما زاد الطين بلة هو غرف الصدى التي تصعب عملية الفصل بين الأخبار الصحيحة والكاذبة، إضافة إلى استهداف أولئك الذين من المرجح أن يصدقوا ذلك وعلاوة على ذلك، تضخيم المحتوى من خلال البوتات الاجتماعية⁵.

¹ Fake News & Social Media, EuropCom 2017 – Media Literacy Workshop, 2017, p3

http://cor.europa.eu/en/events/Documents/I.%20Heijnen_Session%2014.pdf

² Jasmina Najjar & Nabila Shehabeddine, **Joining Forces To Put The Spotlight On Fake News**, American University Of Beirut, 2017, p18 <https://www.amicalnet.org/assets/files/amical-2017-najjar-shehabeddine.pdf>

³ Fake News & Social Media, **ibid**, p3.

⁴ Chengcheng Shao and others, **The spread of misinformation by social bots**, Indiana University, Bloomington, 2017, p1 <https://arxiv.org/pdf/1707.07592.pdf>

⁵ **ibid**, p2.

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

لكن تأثير هذه الأخبار الزائفة يعتمد على تعرض المستهلك لأخبار حقيقية، فالشخص الذي لا يصدق الأخبار الحالية غالباً ما يدرك الأخبار المزورة على أنها حقيقية أكثر من الشخص الذي يراقب الأخبار بشكل مكثف¹. وما زاد من نمو نموذج الأخبار المزيفة هو أن هذه الشبكات الاجتماعية فتحت المجال لأي شخص بالنشر سواء على موقع ويب أو مدونة وهو اتجاه جديد يسمى "منشئي المحتوى الرقمي أو صناع المحتوى" يتم استخدامه بكثرة خاصة وأنه قد يصل إلى جمهور كبير إضافة إلى أنه عمل مريح، حيث تولد مبالغ كبيرة من عائدات الإعلانات للناشرين الذين ينشعون وينشرون قصصاً سريعة الانتشار فكلما زاد عدد النقرات التي تحصل عليها القصة كلما زاد عدد النقرات التي يجنيها الناشر عبر الإنترنت².

إذا فإن وسائل التواصل الاجتماعي تواجه تحدي كبير التي تعد الأخبار المزيفة أحد قضاياها خاصة وأنه تم اكتشاف أن بيانات المستخدمين يتم استغلالها من طرف عمالقة التكنولوجيا أمثال فيسبوك، لذا نلاحظ دائماً أن ما نجده من محتوى عبر مواقع الشبكة الاجتماعية يكون بناءً على عمليات البحث الخاصة بنا على الإنترنت، يميل هذا النوع من المحتوى إلى التعبير عن وجهات نظرنا ومعتقداتنا وبالتالي عزلنا عن وجهات النظر والآراء المختلفة وغالباً ما يشار إليها باسم فقاعة التصفية³.

وبالتالي فإن كافة هذه الأمور التي تدخل ضمن نطاق الأخبار الكاذبة تسبب لهذه المنصات بخسارة ثقة المستخدم وفقدان الشفافية التي كانت تتمتع بها مما أدى إلى وقوعها في العديد من الأزمات منها "أزمة كامبريدج"⁴ ومن أكثر المواضيع الحساسة التي فتحت التحقيق فيها هي التدخل الروسي في الانتخابات الأمريكية 2016 من خلال التلاعب بمواقع التواصل الاجتماعي تويتر، غوغل (يوتيوب) وفيسبوك للتأثير على الناخبين من خلال استغلال خدمة الإعلانات، بحيث ركزت هذه الرسائل على العديد من القضايا الاجتماعية والسياسية الشائكة والذي أثار ضجة أكبر هو موقع الفيسبوك⁵.

ففي أواخر 2014 وجهت 'صحيفة ديلي دوت' إلى دراسة وضع غامض أنتجه الفيسبوك وهو تركيز إستراتيجية إعلانات الفيسبوك على مقاطعات 'براود ودايد' أين يتمركز الديمقراطيون وقد تم العمل بميزانية صغيرة تسمح لهم بإرسال بريد واحد إلى 150 ألف أسرة حقق من خلال نتائج ملحوظة بالوصول إلى ما يقارب 20 نقطة مئوية حيث أن الأشخاص الذين تعرضوا للإعلانات كان تصويتهم أفضل من البقية، كذلك نشر سنة 2016 'روب ماير Rob Meyer' حول كيف يمكن أن يفسد فيسبوك الانتخابات الأمريكية إضافة إلى الكشف عن حذفه للعديد من المضامين

¹ Yori Thijssen, **Breaking The News The Effects Of Fake News On Political Attitudes**, Master Thesis, 11/07/ 2017, P10.

² web wise, **Explained: what is fake news?**, 2018, visited on 10/04/2018 at 21:00, <https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/>

³ web wise, **ibid**.

⁴ Natasha Lomas, **Fake news is an existential crisis for social media**, 18/02/ 2018, visited on 20/04/2018 at 16:29, <https://techcrunch.com/2018/02/18/fake-news-is-an-existential-crisis-for-social-media/>

⁵ فيسبوك والجدل حول تأثير روسيا على الانتخابات الأمريكية، 2017/10/31، شوهده بتاريخ 2017/12/15 على الساعة 21:20، <https://www.youtube.com/watch?v=hs90LiFzXdE>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

والمقالات والنشر الواسع للأخبار المزيفة، كذلك تم ربط 3000 إعلان بروسيا من خلال إنشاء نشطاء الروس صفحات عبر الفيسبوك وصلت إلى مستهدفين للتأثير على سير الانتخابات بما في ذلك التلاعب بالعديد من الخطابات المدنية وخذاع الناس مما زاد دخل الإعلانات الرقمية المقدرة بـ 1.4 مليار التي تم شراؤها أثناء الانتخابات وقبل أسبوع واحد فقط، استأجرت حملة ترامب 'كامبريدج أناليتيكا' وسرعان ما زاد عددهم إلى 70 مليون دولار، إذا فتأثير التكنولوجيا بشكل عام والفيسبوك بشكل خاص لعب دورا كبيرا لصالح الديمقراطيين فقد كتب 'دانييل كريس Daniel Kriss' أستاذ الصحافة في جامعة نورث كارولينا في كتاب وضع فيه عن جمع الديمقراطيين للعديد من البيانات حول 629 موظف يعلمون في مجال التكنولوجيا واجتذابهم للاستفادة منهم في العمل السياسي الانتخابي ومن خلال خطط واستراتيجيات مدروسة تم بواسطة إعلانات مستهدفة تم قمع الليبراليين¹.

هذا ويعلق العديد من الباحثين على تصريحات الشركات التكنولوجية المكررة لقول أن منتجاتها تغير العالم من خلال ما تقدمه من محتوى بأنها ليست دائما تغيره للأفضل²، كما يجب الحذر من خطر التدخل التكنولوجي في المجال السياسي الذي يهدد الديمقراطية خاصة وأن روسيا رائدة في أدوات التكنولوجيا كالهجمات الإلكترونية وحملات التضليل، الذكاء الإصطناعي إلى جانب توافر كبير من البيانات ليصبح بذلك الأمر أكثر صعوبة في التمييز بين الخبر المزيف عن غيره³. كما تسعى بروكسل لاتخاذ إجراءات صارمة ضد شركات الإعلام الاجتماعي التي اتهمت بنشر أخبار مزيفة، حيث أصدرت تحذيرا قويا من أن الفضائح مثل تسرب بيانات الفيسبوك تهدد تخريب أنظمة الدول الديمقراطي، بحيث يطالب المفوض الأوروبي 'جوليان كينغ Julian King' بخطة واضحة عن كيفية عمل شركات الإعلام الاجتماعي خلال الفترات الانتخابية⁴.

ومنه فإن احتمال ضرورة خضوع شركات الإعلام الاجتماعي للعديد من الضوابط والقوانين المستحدثة نظرا لمختلف الخروقات التي حدثت نتيجة الممارسات الإعلامية لهذه الشركات يظل واردا.

ب. أزمة كامبريدج أناليتيكا: Cambridge Analytica

إن ولوج شركات التقنية العملاقة في مجال الإعلام جعلها تتغافل عن العديد من الجوانب التقنية على اعتبارها مؤسسات تنتج وتقدم خدمات ومنتجات تكنولوجية بالأساس، وهذا ما سبب لها الكثير من الإشكالات سيما تلك التي تتعلق بممارسات المستخدمين وما انبثق عنها من انحرافات شكلت فيها الأخبار الكاذبة الحلقة الأبرز، والتي تسببت في

¹Alexis C Madriga, **What Facebook Did to American Democracy And why it was so hard to see it coming**, 2017, visited on 27/04/2018 at 18:05, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/what-facebook-did/542502/>

² Jessica Guynn, **Facebook, recognizing that it can be bad for democracy, is trying to end voter intervention before midterm**, 2018, visited on 01/05/2018 at 19:30, <https://www.usatoday.com/story/tech/2018/01/22/facebook-tries-wipe-out-election-meddling-before-2018-midterms/1055710001/>

³ Alina Polyakova, **The Future Of Political Warfare: Russia, The West, And The Coming Age Of Global Digital Competition**, Brookings – Robert Bosch Foundation Transatlantic Initiative, 2018.

<https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/03/the-future-of-political-warfare.pdf>

⁴khan mehreen, **Brussels plans crackdown on 'fake news' in social media**, 02/04/2018, visited on 29/05/2018 at 01:14, <https://www.cnn.com/2018/04/02/eu-plans-to-crack-down-on-fake-news-in-social-media.html>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

تضليل الرأي العام ومغالطته بالرغم من اتهام المستخدمين في إنتاجها وحتى تداولها ضمن نطاقات عالمية، فمثل هذه الممارسات دفعت شركات التقنية إلى الإسراع في إيجاد حلول للحد من تبادل هذه الأخبار المغلوطة عبر تقديم تحديثات جديدة للمنظومة الخوارزمية التي تقوم عليها خدماتها ومنصاتها التفاعلية للتقليل من التجاوزات على مستوى مواقعها وكذا للتفعيل من سياسات الأمان الرقمي والخصوصية، هذه الأخيرة التي مثلت حلقة نقاش ثقيلة نتيجة لغياب عدة عوامل تقنية تحمي المستخدم من مختلف الانتهاكات المحتملة.

فهذه الشركات ليست مجرد شركات تكنولوجية كبيرة إنما هي بمثابة وكالات تقوم بجمع كميات هائلة من المعلومات الخاصة بالأفراد جميعا وتقوم ببيعها لكبريات شركات الإعلان¹.

وتعد فضيحة كامبريدج أناليتيكا؛ أبرز الأزمات الراهنة التي تمر بها شركات التقنية سيما ونخص بالذكر شركة فيسبوك التي تعرضت لانتهاكات من قبل موظفي شركة كامبريدج للاستشارات السياسية، التي انتهكت أزيد من 90 مليون مستخدم لموقع فيسبوك عبر العالم بسبب غياب التأمينات اللازمة على معلومات المستخدمين الشخصية².

وقد طرح ملف القضية أمام مجلس الشيوخ الأمريكي 'الكونغرس' الذي استدعى المدير التنفيذي لشركة فيسبوك 'مارك زوكربيرغ' للمثول أمام أعضاء المجلس لاستجواب المسؤول الأول عن لفيسبوك حول هذه الانتهاكات.

تجدد الإشارة إلى أن جلسات استجواب مسؤولي إدارة فيسبوك تتكرر باستمرار سيما بعد مطالبة لجنة الثقافة في مجلس العموم البريطاني³ حضور 'مارك زوكربيرغ' للمثول أمامها متهمه إياه بالتضليل والسكوت عن تداول الأخبار الكاذبة عبر موقعه.

وفي سياق القضية، فقد أسفرت التحقيقات عن انتهاك 50 مليون مستخدم لمنصة فيسبوك منهم ثلث المستخدمين النشطين للموقع في أمريكا الشمالية، ونحو ربع الناخبين المحتملين في ذلك الوقت، وقد قامت شركة كامبريدج أناليتيكا باختراق بيانات مستخدمي فيسبوك في الو.م.أ للترويج لحملة المرشح آنذاك دونالد ترامب لخدمة اليمين

¹Kosoff Maya, "Cambridge Analytica Is Just the Tip of the Iceberg": Why the Privacy Crisis Is Bigger Than Facebook, 16/04/ 2018, visited on 28/05/2018 at 21:00, <https://www.vanityfair.com/news/2018/04/why-the-privacy-crisis-is-bigger-than-facebook>

²Langone alix, Facebook's Cambridge Analytica Controversy Could Be Big Trouble for the Social Network. Here's What to Know, 04/04/2018, visited on 16/04/2018 at 17 :00 , <http://time.com/5205314/facebook-cambridge-analytica-breach/>

³بعد الكونغرس، إدارة فيسبوك تواجه البرلمان البريطاني، 2018/04/28، تم التصفح بتاريخ 2018/05/25 على الساعة ال15:00،

<https://arabic.rt.com/it/941072-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%86%D8%BA%D8%B1%D8%B3-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%86%D9%8A/>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

المتطرف، ناهيك عن اختراقات أخرى للعديد من الحسابات والصفحات عبر فيسبوك وبيعها لشركات إعلانات عبر مختلف العالم¹.

وقد أكد موظف لدى شركة كامبريدج 'كريستوفر ويلي Kristoffer Willy² عن مثل هذه الانتهاكات بقوله "إن البرنامج يستطيع أن يقدم معلومات عن الناخبين لاستهدافهم بإعلانات سياسية شخصية" مشيراً بذلك إلى تطبيق تحليل الشخصية الذي صممه 'الكسندر كوغن Alexander Kougen 'موظف شركة كامبريدج الذي اتهمه مدير الشركة 'الكسندر نيكس Alexander Nix ' بمثل هذه الانتهاكات وحمله المسؤولية كاملة جراء البرنامج الذي صنعه والذي كان مفتاح الحصول على البيانات من موقع فيسبوك.

وتجدر الإشارة إلى أن شركة كامبريدج أناليتيكا قد تورطت من قبل في العديد من القضايا السياسية التي من بينها تأجيج المجتمع البريطاني وحشده لصالح الخروج من الاتحاد الأوروبي،³ على اعتبارها شركة أمريكية مختصة في التحليلات بموجب تحقيق أجرته القناة الرابعة البريطانية، فقد تم توظيف الشركة قبل الإمارات العربية المتحدة لنشر معلومات كاذبة لتشويه سمعة دولة قطر وذلك عبر بث إعلانات على فيسبوك وتويتر تربط قطر بالإرهاب فقد تلقت الشركة مقابل لتعرضها قدرت قيمة بثلاثمائة ألف دولار.

ومطالبة الكونغرس الأمريكي بعقد جلسة استماع 'لزوكيرغ' كان الهدف منها الحصول على تفاصيل أكثر بشأن هذا الخرق، وكيف تغافلت فيسبوك عنه بالرغم من تعلقه بحماية الخصوصية، على اعتبار أن فيسبوك "لديها 2.13 مليار مستخدم نشط شهريا و14 مليار مستخدم نشط يوميا، وهذا الإقبال ساهم في زيادة أرباحها من الإعلانات لتصل إجمالي قيمتها إلى 13 مليار دولار بنسبة ارتفاع قدرت ب 47% مقارنة بالعام 2017 لذا فهذا الانتهاك من طرف شركة كامبريدج أناليتيكا لبيانات مستخدمي موقع فيسبوك أدى إلى انخفاض نسبة المستخدمين في الو.م.أ وكندا

¹Chang Alvin, **The Facebook and Cambridge Analytica scandal, explained with a simple diagram**, 02/05/2018, visited on 10/05/2018 at 16:39,

<https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>

²أبو شكرا رندا، من هو المُخبر المبلِّغ عن فضيحة كامبريدج أناليتيكا وماذا يقول؟، 2018/03/28، تم التصفح 2018/04/18 بتوقيت

<http://arabic.euronews.com/2018/03/28/who-is-christopher-wylie-the-whistleblower-of-the-scandal-of-cambridge-analytica>، 20:00

³الاتحاد الأوروبي يمهل فيسبوك أسبوعين لشرح فضيحة اختراق الخصوصية: موظف سابق في كامبريدج أكد دورها الحاسم في بريكست، 2018/03/28، تم التصفح بتاريخ 2018/04/15 على الساعة 02:00،

<https://aawsat.com/home/article/1219356/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%AD%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A8%D9%8A-%D9%8A%D9%85%D9%87%D9%84-%C2%AB%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%D8%BB-%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D9%88%D8%B9%D9%8A%D9%86-%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%AD-%D9%81%D8%B6%D9%8A%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D8%AE%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B5%D9%88%D8%B5%D9%8A%D8%A9>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

من 185 مليون مستخدم خلال العام 2017 إلى 184 مليون مستخدم¹ بحلول العام الجاري 2018، كما انخفضت نسبة ثقة المستخدمين بالفيديوك بنسبة 66% خاصة وأن فيديوك لا ترى أي قيمة في حماية بيانات مستخدميه².

انتهاكات بيانات مستخدميه فيديوك انطلقت منذ العام 2015 حسب ما أكده 'مارك زوكربيرغ' الذي أبدى تأسفه من عدم إغلاق حسابات كامبريدج أناليتيكا منذ ذلك الحين في قوله: "كان ينبغي أن لا نكتفي بجوابهم³" مشيراً إلى تحذيرات مسبقة من شركة فيديوك الموجهة إلى شركة التحليلات كامبريدج، وعلى هذا الأساس فقد تم غلق حسابات كامبريدج أناليتيكا على منصة فيديوك بعد تأكيد تورطها رسمياً في انتهاك خصوصية البيانات.

وكضرورة لتنظيم قواعد عمل الفيديوك للحفاظ على الشفافية واستعادة ثقة المستخدمين الذين بدورهم يتجهون نحو التخلي عن استخدام المنصة بحيث 25% من المستخدمين في فرنسا أبدوا استعدادهم لتجميد حساباتهم نهائياً عبر الموقع، في حين 9% من المستخدمين في الوم.أ⁴ قد تخلوا نهائياً عن المنصة بسبب فضيحة كامبريدج أناليتيكا، التي اعتبرها البروفيسور 'أندرو برزيلسكي Andrew Brizibelski' بأهم اللحظات التي تواجهها فيديوك منذ العام 2012 معرباً أن الموقع سيدمر وسائل التواصل الاجتماعي، باعتباره القنبلة الذرية التي ستنتهي مستقبل التواصل الشبكي، وقد أوضح البروفيسور برزيلسكي - على اعتباره أستاذ بجامعة أوكسفورد - في وقت مسبق أزمة فيديوك بقوله: "إن ما يحدث في فيديوك ليس بطبيعته سيئاً، فالمشكلة تكمن في أن الموقع يستخدم بيانات الأفراد لمنتجات وخدمات دون الكشف عن هذه النوايا"، مشيراً بذلك إلى أنه إسهم الأفراد كمستخدمين في تحقيق هذه النوايا، كما أعرب الباحث في شركة غوغل 'فرانسوا شوليه François Choulier' شكوكه في قدرة فيديوك على السيطرة على الوضع نظراً لارتباطه بخصوصية المستخدم وحقه في الاستخدام دون ما قوى موجهة في قوله بتغريدة نشرها مفادها⁵ أن مشكلة فيديوك لا تكمن فقط في فقدان الخصوصية واستخدامها كسجن شمولي، بل تعداه في استخدامه لاستهلاك المعلومات الرقمية كقوة موجهة للسيطرة، كما أوضحت الخبيرة الاجتماعية الفرنسية 'نتالي نادود ألبرتيني' Natalie

¹ أول تراجع بعدد مستخدمي فيديوك بأمركا وكندا، 2018/02/03، تم التصفح بتاريخ 2018/05/10 بتوقيت 15:00،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2018/2/3>

² Weisbaum herb, **Trust in Facebook has dropped by 66 percent since the Cambridge Analytica scandal**, 18/04/2018, visited on 25/04/2018 at 13:05, <https://www.nbcnews.com/business/consumer/trust-facebook-has-dropped-51-percent-cambridge-analytica-scandal-n867011>, 2018/04/11

³ زوكربيرغ يعتذر أمام الكونغرس ويتجنب بعض الأسئلة، 2018/04/11، تم التصفح بتاريخ 2018/04/12 على الساعة 03:00، <http://www.aljazeera.net/news/international/2018/4/11/%D8%B2%D9%88%D9%83%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%BA-%D9%8A%D8%B9%D8%AA%D8%B0%D8%B1-%D8%A3%D9%85%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%86%D8%BA%D8%B1%D8%B3-%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%AC%D9%86%D8%A8-%D8%A8%D8%B9%D8%B6-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%A6%D9%84%D8%A9>

⁴ مستقبل فيديوك بعد فضيحة تسريب بيانات المشتركين، 2018/03/23، تم التصفح بتاريخ 2018/05/15 على الساعة 14:00،

<http://www.almasyalyoum.com/news/details/1273514>

⁵ فيديوك يواجه لحظة الحقيقة، 2018/03/24، تم التصفح بتاريخ 2018/04/04 بتوقيت 16:16،

<http://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2018/3/24/لحظة-الحقيقة>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

Nadoo Albertini أن هذه الفضيحة، كشفت عن تجاوزات في استخدام بيانات الأفراد لتحقيق مكاسب تجارية، بقولها: " إن استخدام المعلومات في الحملات السياسية هو أمر مقلق حقا"¹.

كما أن هناك دراسة أجراها البروفيسور إريك باومر Eric Paumer بجامعة كورنيل العام 2015² تبين مدى إدمان المستخدمين على الموقع مما يعني صعوبة التخلي عنها رغم وجود محاولات من طرف المستخدمين الشباب في غلق أو تجميد حساباتهم عبر المنصة لكنهم سرعان ما يفتحون حسابات جديدة، وحتى المتخيلين عن فيسبوك حاليا لا يدركون استحواذها على تطبيقات ومنصات تفاعلية أخرى التي من بينها انستغرام وواتس آب، في إطار السياسة التوسعية للشركة للحفاظ على المستخدمين خارج منصتها الرسمية كنظرة استشرافية لأزمات محتملة.

وفي ظل الأزمة الراهنة التي تمر بها فيسبوك جراء انتهاكات كامبريدج أناليتيكا فقد خسرت الشركة 110 مليار دولار من قيمتها السوقية منذ بداية الأزمة كما انخفضت أسهمها بسبة 4.4% بعد الكارثة،³ الأمر الذي وضع موظفي الشركة تحت ضغوطات المساءلات القانونية منها البريطانية وأخرى أمريكية والتي حسب العديد من الباحثين ستتسع رقعتها لتشمل دولاً أخرى بعد التصعيد العالمي المنادي بغلق الفضاء الأزرق.

وفي إطار استجواب الكونغرس الأمريكي لمارك زوكربيرغ الذي اعتذر عن هذه الانتهاكات حاملاً على عاتقه المسؤولية الكاملة التي خلقت هذه الأزمة التي يصعب تجاوز تبعاتها بسهولة .

هذا وقد أكد عن عدم درايته بتورط موظفي فيسبوك في التسريبات التي ساعدت بشكل أو بآخر ترامب إلى الوصول إلى البيت الأبيض.

أما في ما يتعلق بأزمة كامبريدج، فقد أكد زوكربيرغ متابعته للمنتهكين قانونياً من خلال السعي خلف مقاضاة المسؤولين عن تسريب بيانات المستخدمين ، كما أبدى اعتذاره للبرلمان الأوروبي⁴ ، موضحاً أنه من البديهي أن تتعرض شركة بحجم فيسبوك إلى مثل هذه الممارسات وإلى هذا النوع من الأخطاء التي تتماشى مع السياقات التي تخلقها أوتواجهها، وهو الأمر ذاته الذي أكده البروفيسور برزيلسكي الذي أعرب عن قدرة موظفي فيسبوك في تجاوزه الأزمة في قوله: (أنا متفائل إنهم متحاوون ويشعرون بالتهديد ولديهم عقلية استباقية)⁵ .

¹ يحدث في العالم: فيسبوك في معضلة كبيرة، 2018/03/26 ، تم التصفح بتاريخ 2018/03/26 على الساعة 21:22،

<http://arab.com.ua/ar/ydth-fy-aaliaalm-fysbqk-fy-milh-kbyrh>

² المرجع السابق نفسه.

³ Dillet Romain, **Facebook shares drop 4.4 percent following Cambridge Analytica debacle**, 19/03/2018, visited on 15/05/2018 at 17 :05, <https://techcrunch.com/2018/03/19/facebook-shares-drop-4-4-percent-following-cambridge-analytica-debacle/>

⁴ Thys John, **Le PDG de Facebook s'excuse devant le Parlement Européen**, 22/05/2018, vue le 29/05/2018 a17 :16, <http://www.france24.com/fr/20180522-scandale-cambridge-analytica-mark-zuckerberg-expliquer-parlement-europeen>

⁵ يحدث في العالم، مرجع سبق ذكره.

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

جملة هذه الانتهاكات كشفت عن العديد من المواقف، التي يعد موقف 'جوليان أسانج Julian Acineje من أبرزها، هذا الأخير الذي اعتبر فايسبوك أكبر آلة تجسس اخترعت على مر التاريخ، واصفا إياها بمنصة الدعاية الموجهة لمغالطة الرأي العام¹.

وبشأن الإجراءات التي يجب اتباعها لتخطي الأزمة فقد أبدى 'مارك زوكربيرغ' استعداد فريقه لتطوير طرق وتقنيات تحمي معلومات المستخدم بشكل أفضل²، هذا وتسمى فايسبوك خلف خوارزميات جديدة للقضاء على خطابات الكراهية والمحتويات العنيفة التي شوهت سمعة الموقع، وهذا ما يطرحه زوكربيرغ عندما أدلى بالشهادة أمام الكونغرس بتعبيره عن تفاؤله من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي³.

وعلى إثر الأزمة، فقد أصدر زوكربيرغ قرارات لعام 2018، تندرج ضمن ما يعرف بإصلاحات الموقع، التي جاءت عقب الانتقادات التي شهدتها الشركة بسبب الأخبار المغلوطة، ناهيك عن قضية كامبريدج أناليتيكا في التلاعب بالموقع للحصول على بيانات المستخدمين التي كلفتها خسارة حيث انخفضت أسهمها بما يصل إلى 6.5% وتراجعت لفترة وجيزة دون مستوى 150 دولار أمريكي للمرة الأولى منذ يوليو 2017⁴.

وفي السياق ذاته، ففضيحة كامبريدج أناليتيكا قد كشفت عن العديد من النقاط المتعلقة بتلاعبات كبريات شركات التقنية ببيانات المستخدمين التي ازدادت أحجامها وتضاعفت بشكل غير مسبوق بعد اكتساح العديد من هذه المؤسسات لأسواق أخرى سيما سوق الإعلانات الذي مهد لها الطريق للسيطرة على مجريات القطاع الإعلامي، وعليه فمثل هذه الانتهاكات المتعلقة بخرق حقوق المستخدم في الخصوصية واستغلال هكذا معطيات لتحقيق أغراض ربحية وأخرى أيديولوجية، ويعد هذا من أبرز الدوافع التي جعلت الكونغرس الأمريكي يمارس ضغوطات تجسدت في شكل مساءلات قانونية لشركات التقنية التي أهملت مؤخرا جانب الخصوصية ما جعل منها عرضة للانتهاكات على الرغم من تفوقها التقني الذي لم يشفع لها أمام مستخدميها.

¹ فايسبوك يواجه الأزمة الأسوأ في تاريخه بعد تسريبات بيانات المشتركين، 2018/03/23، تم التصفح بتاريخ 2018/03/25 على الساعة 03:30،

http://www.masrawy.com/news/news_publicaffairs/details/2018/3/23/1289086/-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D9%88%D8%A3-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE%D9%87-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D9%81%D8%B6%D9%8A%D8%AD%D8%A9-%D8%AA%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%A8-%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D9%86

² Langone alix, **Op.Cit.**

³ Heller Brittan, **What Mark Zuckerberg Gets Wrong—and Right—About Hate Speech**, 05/02/2018, visited on 20/04/2018 at 02:10, <https://www.wired.com/story/what-mark-zuckerberg-gets-wrongand-rightabout-hate-speech/>

⁴ **Facebook has lost \$70 billion in 10 days — and now advertisers are pulling out**, 26/03/2018, visited on 01/04/2018 at 19:25, <http://business.financialpost.com/technology/u-s-ftc-investigating-facebooks-privacy-practices>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

وبشأن الخصوصية فلم يخضع فيسبوك لوحده لانتقادات حول تغافله عن استغلال بيانات مستخدمي الموقع من قبل شركة كامبريدج أناليتيكا للتحليلات فحسب بل تشمل الأمر بعض من شركات التقنية الأخرى وآلاف المطورين الخارجيين¹.

وعليه، فقد استدعت السلطة القضائية الأمريكية كل من الرئيس التنفيذي لشركة غوغل 'ساندر بيتشاي Sundar Pichai' وكذا جاك دورسي Jack Dorsey الرئيس التنفيذي لشركة تويتر في إطار جلسة استماع مجلس الشيوخ التي أكدت فيها السلطة القضائية عن دور الشركتين في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 وكذا بشأن ملف الخصوصية الذي أثار العديد من المخاوف على الصعيد الدولي لارتباطها بعدد هائل من المستخدمين وكذا تورط مثل هذه الشركات العملاقة في هذه التسريبات، وعلى اعتبار شركة غوغل من أضخم شركات التقنية فهي تمتلك حجم بيانات جد ضخم لذا عليها إيجاد حلول فعالة لإنقاذ الوضع².

ومن المنتظر أن تخضع غالبية شركات وادي السيلكون إلى مثل هذه الجلسات لإيجاد حلول تحمي المستخدم ولاسترجاع ثقتهم وسمعتها التي تضررت جراء كافة هذه الأحداث، ومع ذلك فإن كامبريدج أناليتيكا تدفع ثمن خسارتها لعدة عملاء.

2. التحولات والانحرافات:

إن دخول شركات التقنية بمختلف ما تمتلكه من إمكانات تكنولوجية ومنتجات رقمية وكذا أدوات تنافسية، جعل منها طرفا فاعلا في صياغة واقع إعلامي جديد يعتمد كليا على متطلبات تقنية ومقتضيات مغايرة لما هو سائد في الإعلام التقليدي، فكل الخدمات والمخرجات التي تطرحها شركات التقنية جعلها تقود التحولات الطارئة في صناعة المشهد الجديد للإعلام، أين باتت تتحكم في أنماط الممارسة فيه بمعايير مختلفة تماما. وعليه فقد أثرت بشكل ملحوظ على سيرورة العمل الإعلامي، كما تأثرت بدورها من مجريات الأحداث المتتالية والتي وضعت شركات التقنية أمام وضعية صعبة تجسدت في جملة من التحولات غير المتوقعة.

التحولات على صعيد شركة الفيسبوك:

فشركة - فيسبوك - تمر بمرحلة تعد الأصب منذ تأسيسها، فبعد اكتساحها لميدان الإعلام وتحويلها إلى منصة إخبارية بامتياز واستقطابها لعدد هائل من المستخدمين وكذا تحقيقها لمكاسب مالية خيالية في غضون أعوام، وما أنتجته من خدمات رقمية التي قدمت بالإضافة لمهنيي قطاع الإعلام عبر مختلف مبادراتها في المجال، إلا أنها تمر بانتكاسة جراء

¹Cambridge Analytica: Facebook data-harvest firm to shut, 02/05/2018, visited on 17/05/2018 at 14:00, <http://www.bbc.com/news/business-43983958>

²Ng Alfred, Senate summons Facebook, Google, Twitter CEOs over data privacy, 26/03/2018, visited on 17/04/2018 at 14:10, <https://www.cnet.com/news/senate-calls-google-facebook-twitter-ceos-in-for-data-privacy/>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

تغافلها عن تقديم تحديثات تحمي المستخدمين من مختلف الانتهاكات المحتمل التعرض لها، وجاء هذا الإهمال - حسب ما وصفه " مارك زوكربيرغ " - نتيجة الحماس والاهتمام المبالغ فيه بتحقيق الريادة في أكثر من سوق، سيما السوق الجديد المتمثل في سوق الإعلانات وكذا سوق الإعلام، فبعد فضيحة - كامبريدج أناليتيكا - تعهد " زوكربيرغ " بضرورة قيادة هذه التحولات الجديدة التي تواجهها الشركة عبر اتخاذ سلسلة من الخطوات لتعزيز حماية بيانات المستخدمين وإصلاح ما وصفه بخرق الثقة بين شبكة التواصل والنشطاء، في قوله: "علينا مسؤولية حماية بياناتكم، وإذا لم تتمكن من ذلك، فإننا لا نستحق خدمتكم"¹.

ولضمان أن لا تأخذ هذه التحولات اتجاهها عارضا قد يعصف بمستقبل الشركة، فإن المدير التنفيذي لـفيسبوك أكد عزمه على تجاوز الوضع الراهن في قوله " نعمل على فهم ماذا حدث وكيف يمكن ضمان عدم تكراره مجدداً"²، موضحاً المسؤولية المنوطة بموظفي الشركة في ضرورة ابتكار أجمع الخصائص والخدمات لاستعادة ثقة المستخدمين في قوله: "لقد أسست فيسبوك وأنا مسؤول عما يحدث على منصتنا، سوف نتعلم من هذه التجربة لتعزيز حماية منصتنا وجعلها أكثر أماناً للجميع"³.

مثل هذه التحولات، دفعت شركة فيسبوك إلى إعادة النظر في سياستها التوسعية خاصة في قطاع الإعلام بما في ذلك مجال الإعلانات، لهذا فقد تم عقد عدة اجتماعات طارئة لدراسة الوضع بدقة سيما مسألة التسيريات التي تورط فيها العديد من موظفي الشركة، لذا فتحت المؤسسة تحقيقاً لتحديد هوية المتورطين من الموظفين في ملف التسيريات لصالح شركة كامبريدج أناليتيكا وهذا ما أدلى به نائب المستشار العام للشركة بول غريوال Paul Grewal⁴ في أحد تصريحاته.

ناهيك عن أزمة التسيريات وخصوصية البيانات، فقد أقدمت شركة فيسبوك على طرح عدة حلول مؤقتة لتجاوز التحولات الحاصلة، والتي من جملتها:⁵

¹ مؤسس فيسبوك يكسر صمته بعد فضيحة تسريب بيانات المستخدمين، 2018/03/21، تم التصفح بتاريخ 2018/04/18 على الساعة 15:00، <https://arabic.cnn.com/tech/2018/03/22/mark-zuckerberg-cambridge-analytica-response>

² محمد السيد، زوكربيرغ يكسر صمته حول قضية كامبريدج أناليتيكا ويعترف بخطأ فيسبوك، 2018/03/22، تم التصفح بتاريخ 2018/04/23 على الساعة 05:15، <https://tech-echo.com/2018/03/zuckerberg-cambridge-analytica-facebook-situation/>

³ www.google.com/amp/s/arabic.cnn.com/tech/2018/03/02/mark.zuckerberg-combridge-analytica-response%3famp#amp%3fshare/ visited on 19/04/2018 at 06 : 00.

⁴ إسرائ حسني، فيس بوك تعقد اجتماعاً طارئاً مع الموظفين لمناقشة أزمة تسريب البيانات، 2018/03/20، تم التصفح بتاريخ 2018/04/22 بتوقيت 12:30، <https://www.youm7.com/story/2018/3/20-تسريب-أزمة-مناقشة-الموظفين-اجتماعا-طارئا-مع-الموظفين-لمناقشة-أزمة-تسريب>

⁵ أولى الإجراءات لحل أزمة فيس بوك واستعادة ثقة المستخدمين، 2018/04/11، تم التصفح بتاريخ 2018/04/29 بتوقيت 11:17، <https://taqnia24.com/2018/04/11//أولى-الإجراءات-لحل-أزمة-فيس-بوك-واستعا/>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

- تحسين إعدادات الخصوصية وجعلها مبسطة في تطبيقاتها وموقعها الإلكتروني على المتصفحات إلى جانب إضافة خصائص يمكن للمستخدمين التحكم في خصوصية حسابهم.
- التقليل من جمع بيانات المستخدمين كحل مؤقت.
- الإعلان عن مكافآت تمنح للأشخاص أو الكيانات التي تبلغ عن أي انتهاكات عبر منصة فيسبوك بقيمة 500 دولار كحد أدنى، والتي يمكن رفعها إلى آلاف الدولارات.

كما أصدر مارك زوكربيرغ قرارا بإغلاق 270 حسابا و صفحة¹ تديرها منظمة روسية تدعى وكالة أبحاث الإنترنت لتفادي التدخلات الروسية أو الأجنبية ككل في الانتخابات نظرا لتلاعب الشركة بالمواطنين في وقت مسبق في إطار مبادرة أطلقتها الشركة تحت تسمية إصلاحات الموقع لعام 2018.

وتعد خطوة فيسبوك في طرح نسخة ثانية مدفوعة، من أبرز التحولات التي ستشهدها الشركة، سعيا منها لتفادي أزمة تسريب البيانات وهذا ما جاء في قول زوكربيرغ: " سيكون هناك دوما نسخة مجانية من فيسبوك"² وقد دعمت هذا الطرح "شيريل سانبرغ Shirelle Sanberg المدير التنفيذي للعمليات داخل فيسبوك التي أكدت حرص الشركة على طرح نسخة مدفوعة خالية من الإعلانات مع وضع سعر للاشتراك وهذه النسخة الجديدة ستجعل المستخدم يتمتع بأعلى درجة من الخصوصية.

هذا وقد أصدر الاتحاد الأوروبي اللائحة العامة لحماية البيانات GDPR التي تضم مجموعة من القوانين والقواعد تتعلق بالخصوصية، حيث تم الموافقة عليها سنة 2016 من قبل المفوضية الأوروبية لحماية حقوق جميع مواطني الاتحاد الأوروبي³.

¹ مؤنس حواس، فيس بوك يقاتل من أجل البقاء.. 8 إجراءات اتخذها "مارك زوكربيرغ" لحل الأزمة، 2018/04/10، تم التصفح بتاريخ 2018/05/10 بتوقيت 17:30،

فيس بوك- يقاتل- من- أجل- البقاء- 8- إجراءات- اتخذها- مارك- <https://www.youm7.com/story/2018/4/10/مارك-يقاتل-من-أجل-البقاء-8-إجراءات-اتخذها-مارك>

² أحمد عنتر، فيسبوك تبحث إمكانية إطلاق نسخة مدفوعة من الشبكة الاجتماعية، 2018/05/5، تم التصفح بتاريخ 2018/05/07 على الساعة 16:00، <https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A5%D9%85%D9%83%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%86%D8%B3%D8%AE%D8%A9-%D9%85%D8%AF%D9%81%D9%88%D8%B9%D8%A9>

³ أمينة حسني، كل ما تود معرفته عن اللائحة العامة لحماية البيانات GDPR، 2018/05/27، تم التصفح بتاريخ 2018/06/03 بتوقيت 00:00،

<https://aitnews.com/2018/05/27-gdpr-اللائحة-العامة-لحماية-البيانات>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

وبالرغم من هذا التحول، فالفيسبوك لم تتخلى عن سوق الإعلانات ومجال الإعلام، فقد أكد زوكربيرغ عزم الشركة على تحسين الدورات التدريبية والأدوات التي توفرها للصحفيين بالتعاون مع 'معهد بوينتر¹ Poynter' لضمان إتقان التعامل مع منتجاتها والتعرف على أفضل الممارسات وكذا ضمان محتويات خالية من المغالطات للحفاظ على المصداقية كإشكالية أثارها الشبكات الاجتماعية.

هذا وتسعى كبريات شركات البرمجة للكشف عن ثغرات المتصفحات الخاصة بالجانب الأمني ومثال ذلك شركة مايكروسوفت التي عاقبت شركة غوغل لكشفها عن ثغرة أمنية في متصفحها على الويب كروم التي سارعت لتصحيحها بمجرد إبلاغ عملاق البرمجيات عن هذه المشكلة والتي تم مكافأتها ببلغ قدره 7500 دولار أمريكي².

ويعتبر التحديث الجديد 'غوغل كروم Google Chrome' الذي يشتمل بدوره على عدة مزايا³ سيما تلك المتعلقة بحماية المستخدم عبر ميزة عزل الموقع لتفادي جمع بيانات حساسة قد تنتهك الخصوصية.

على صعيد منصة سناب تشات:

أما سناب تشات حيث قدر عدد مستخدمي هذه المنصة نهاية العام 2017 بـ 166 مليون مستخدم يوميا،⁴ فتعزم بدورها الشركة إطلاق خصائص جديدة لحماية المستخدم تدعم تلك المزايا التي تتمتع بها الخدمة، سيما تلك المتعلقة بحذف المحادثات والفيديوهات المتداولة بين الأصدقاء في غضون 24 ساعة وتأتي هذه الخطوة كمحصلة لأزمة فيسبوك الأخيرة.

على صعيد شبكة نتفليكس:

¹ أحمد عنتر، فيس بوك تريد تعليم وسائل الإعلام كيفية استعمال منصتها، 2017/04/10، تم التصفح بتاريخ 2018/06/03 بتوقيت 00:15،

فيس-بوك-تريد-تعليم-وسائل-الإعلام-كيفية/ /https://aitnews.com/2017/04/10/

² أحمد عنتر، مايكروسوفت تكتشف ثغرة في متصفح كروم، 2017/10/20، تم التصفح بتاريخ 2018/06/03 بتوقيت 00:29،

مايكروسوفت-تكتشف-ثغرة-في-متصفح-كروم/ /https://aitnews.com/2017/10/20/

³ تامر عمران، غوغل تطلق أداة جديدة لحفظ الصفحات على كروم، 2016/04/14، تم التصفح بتاريخ 2018/01/15 على الساعة 06:30،

https://www.tech-wd.com/wd/2016/04/14/%D9%82%D9%88%D9%82%D9%84-

%D8%AA%D8%B7%D9%84%D9%82-%D8%A3%D8%AF%D8%A7%D8%A9-

%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D9%84%D8%AD%D9%81%D8%B8-

%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%81%D8%AD%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85/

⁴ "فيس بوك": عدد المستخدمين يتضاعف مقارنة بـ 2012 ويصل إلى مليارين، 2017/08/18، تم التصفح بتاريخ 2017/08/25 بتوقيت

18:00،

http://www.france24.com/ar/20170628-%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-

%D9%85%D8%A7%D8%B1%D9%83-

%D8%B2%D9%88%D9%83%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%BA-

%D8%AA%D8%B6%D8%A7%D8%B9%D9%81-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-

%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A%D9%86

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

نتفليكس هي الأخرى تواجه تحولات لم تكن متوقعة في ظل توسعها في أكثر من 130 بلدا حول العالم، والتي تتمتع بأزيد من 83 مليون مشترك عبر خدمة البث الرقمي¹، وبالرغم من مختلف المكاسب التي حققتها الشركة مؤخرا في مجال صناعة الدراما والسينما، إلا أنها تمر بفترة تحول جراء قضية الخصوصية و التسريبات التي تشهدها شركة فيسبوك، وهذا ما انعكس سلبا على شركة نتفليكس، بحيث ومنذ بداية الأزمة تم منع نتفليكس من عرض محتوياتها في دور السينما، ناهيك عن رفض مشاركتها في مهرجان كان CAN السينمائي التي سعت من خلاله الشركة إلى منافسة كبريات شركات الإنتاج العالمية، و في تصريح توضيحي لمدير المحتوى في شركة نتفليكس الذي أوضح فيه رغبتهم في دخول عالم المسابقات الإعلامية، إلا أن تغير القواعد التنظيمية بعد استغلال بيانات المستخدمين الذين هم جماهير مشاهدة للأعمال السينمائية بالأساس، كان سببا واضحا حسب مدير المهرجان 'تيري فريمو Terry Vreemo' لرفض توزيع أفلام نتفليكس على دور السينما لما تحويه من محتويات تم الوصول إلى ما بعد استغلال قواعد بيانات المستخدمين، وهذا ما اعتبره 'ند سراندوس Ned Srandous' مدير محتوى نتفليكس بالأمر غير المنطقي بقوله: " لا أظن أن هناك أي منطلق في الخروج من المسابقات، بالإضافة إلى أن نتفليكس تعرض محتواها على الإنترنت و رغبتها في عرضها في دور السينما كشف عن نواياها في تحقيق أغراضها التجارية².

وعلى صعيد آخر فمن جملة التحولات التي أحدثتها شركات التقنية على المشهد الإعلامي يكمن في نوعية وجودة المحتويات المقدمة سيما عبر خدمات البث الرقمي من خلال عدة شبكات وخدمات منها: نتفليكس، أمازون، برايم ويوتيوب... وغيرها والتي تتنافس فيما بينها وحتى مع المحطات الإعلامية، على تقديم أفضل المحتويات الرقمية للمستخدمين، وهذا ما أثر على طرائق استهلاكهم للمحتويات التي تحولت نحو الحصرية المدفوعة من خلال سلسلة من الاشتراكات عبر خدمات معينة تنتج المحتويات بنفسها وهذا ما كان دافعا قويا خلف استقطاب المعلنين الذين انسحبوا تدريجيا من الإعلان عبر وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي فظهور الفيديو تحت الطلب خلق معه جمهورا جديدا متعطشا للتفرد والخصوصية.

¹ أحمد الزهراني، نتفليكس تعاني من التباطؤ في أعداد المشتركين، 2016/07/19، تم التصفح بتاريخ 2017/12/15 على الساعة 17:00،

<https://www.tech-wd.com/wd/2016/07/19/%D9%86%D8%AA%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B3-%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%B7%D8%A4-%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4/>

² رشيد سعيد قرني، نتفليكس تسحب أفلامها من مهرجان كان السينمائي، 2018/04/12، تم الصفح بتاريخ 2018/04/14 بتوقيت 17:20،

<http://arabic.euronews.com/2018/04/12/netflix-to-pull-all-movies-from-cannes-film-festival>

الفصل الثالث: الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية في ظل التحولات الحاصلة.

وفي إطار هذه التنافسية بين شركات التقنية سيما شركات البث الرقمي والترفيه، فقد ظهرت عدة شبكات ناشئة منافسة في المجال من بينها شركة 'وافو' wavo كشبكة جديدة للبث وإنتاج المحتويات عبر الانترنت والتي أصبحت المنافس الجديد والشرس لشركة نتفليكس¹.

وعليه، فمختلف هذه التحولات التي أحدثتها شركات التقنية بدخولها إلى مجال الإعلام وكذا ما نتج عن هذا الولوج من تحولات شكلت وضعيات جديدة لشركات التقنية التي تسعى لتجاوزها عبر إحداث تغييرات على مستوى استراتيجياتها بهدف الخروج بأقل الأضرار وكذا للحفاظ على قاعدة الاستخدام التي تحظى بها.

¹ مصطفى يسري، أيهما سيفوز في معركة البث؟ نتفليكس أم وافو، 2017/10/14، تم التصفح بتاريخ 2017/06/15 على الساعة 19:00، <https://www.samma3a.com/tech/ar/wavo-vs-netflix/>

خلاصة الفصل:

إذن فقد تطرقنا في هذا الفصل للممارسات الإعلامية الجديدة التي باتت تقوم بها شركات التقنية فتوصلنا من خلال تحليلنا لهذه الممارسة بأن هناك العديد من التوجهات والمظاهر المؤدية لقطاع الإعلام تمارسها الأقطاب التكنولوجية كطريق ناجعة نحو التحول لمؤسسات إعلامية كبرى تنافس حتى التقليدية منها خاصة وأنها تمتلك الحلقة الأهم ألا وهي القاعدة الجماهيرية الكبيرة التي تتميز بها.

كخطوة أولى في ساحة الإعلام عقدت هذه الشركات العديد من الصفقات والشراكات الإعلامية بهدف تعزيز تواجدها ضمن ساحة المشهد الإعلامي الذي باتت تشكله من خلال منتجاتها والمضامين التي تقدمها بأسلوب مغاير ومن بين هذه الشركات توصلنا بأن فيسبوك قامت بالعديد من الصفقات والشراكات مع كبريات المؤسسات الإعلامية من وكالات ترفيه، صانعي الأخبار ومختلف الشركات الإعلامية محاولة بذلك تغطية كافة المجالات لصناعة وصياغة واقع إعلامي وفقا لرؤى شركات التقنية، توجه آخر تقوم به شركات التقنية ويتمثل في الاستحواذ والاندماج، حيث ازدادت هذه الموجة بقوة بالرغم من ظهورها في وقت سابق إلا أن تسابق شركات التقنية نحو هذه العمليات زاد من نفوذها كما زاد من تخوف العديد من المؤسسات الإعلامية التي فعلا تم الاستحواذ عليها أو اندماجها في شركة تكنولوجية وهو القطاع الذي ازدادت فيه سوق المنافسة من طرف هذه الشركات مثل أمازون، فيسبوك، غوغل وشركة نتفليكس، وكانت النتيجة زيادة نفوذ هذه القوى وزيادة تغلغلها في سوق الإعلام أكثر.

هذا وقد حرص أصحاب هذه الشركات على إنشاء فرق خاصة سواء داخل الشركة نفسها أو داخل العديد من المؤسسات الإعلامية لتطوير منتجات تخدم القطاع الإعلامي بأسلوب أكثر تطورا، كما تحرص على تدريب فرقها المختصين في التقنية على العمل الصحفي بما يتناسب مع طبيعة وبيئة العمل.

ومنه فكافة هذه الأطراف الجديدة التي تحولت واتجهت لصناعة واقع الإعلام الجديد فقد غيرت في المشهد الإعلامي بشكل ضخم خاصة وأن دخولها لهذا القطاع أدى إلى حدوث العديد من الانعكاسات وبروز عدد من القضايا الهامة أثرت بشكل كبير على المجتمع الدولي وحتى المجتمع الافتراضي منه، كقضية الأخبار المزيفة التي باتت بيئة المواقع الاجتماعية فضاء سهل لانتشارها أزمة أو بالأحرى فضيحة كامبريدج أناليتيكا نظرا لتورط بعض الشركات من خلال قاعدة البيانات التي تمتلكها أهمها فيسبوك وغوغل.

الفصل الرابع:

الإطار التطبيقي للدراسة

(تحليل صفحة مشروع فايسبوك للصحافة)

تمهيد

أولاً: التحليل باعتماد أداة تحليل المضمون:

- التحليل الكمي.
- التحليل الكيفي.

ثانياً: التحليل باعتماد أدوات التحليل الأرخونومي.

ثالثاً: التحليل السميولوجي للصفحة:

- من حيث مستوى الوصف.
- من حيث مستولى الإيحاء.

تمهيد:

إن التفاعلية تعتبر من أبرز مفرزات الجيل الثاني من الويب الذي حمل معه العديد من التغييرات مست عدة جوانب سيما تلك المتعلقة بمستويات الأداء وجودة المنتجات المقدمة، إذ باتت تعتمد بشكل شبه كلي على التطورات التقنية الحاصلة والمتراكمة، ففي كل مرة يطرح فيها منتج تكنولوجي جديد يؤدي ذلك إلى إحداث تطورات ملحوظة، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم هذه التحليلات الحاصلة في إطار البيئة الرقمية، فبمجرد ظهورها أدى ذلك إلى تغير في الأدوار والممارسات خاصة تلك المتعلقة بمجال الإعلام على اعتباره سوقا مغرية ومربحة يسعى الكل إلى اكتساحها والسيطرة على تقاليدها.

وعلى اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هي شركات تقنية بالأساس، فدخولها في قطاع الإعلام يعتبر رهانا تسعى من خلاله إلى تحقيق أهداف مختلفة تمكنها من الوصول إلى مراكز ريادية في مجال غير مجالها التقني، لذا سعت جاهدة لتقديم منتجات، أدوات، وأساليب مختلفة لتمكين من ولوج القطاع والاستمرار فيه وتحقيق ماتصبوا إليه من مساعي.

وتعتبر فايسبوك أحد أبرز هذه الشبكات العالمية التي تحظى بشعبية كبيرة، وهو الوتر الذي لعبت عليه في ولوجها للإعلام كطرف يقدم مخرجات تقنية إعلامية وخدمات مغايرة، إذ يعد مشروع الصحافة من أهم مبادراتها الهادفة إلى صناعة الإعلام بوجه غير معهود.

أولاً: التحليل باستخدام أداة تحليل المضمون:

• التحليل الكمي:

جدول رقم(02) المتعلق بفئة 'طبيعة المواد المنشورة على الصفحة'.

عناصر الفئة	التكرار	النسبة
نصوص	173	15.41%
صور	183	16.31%
فيديوهات	20	1.78%
رسوم بيانية (غرافيكس)	06	0.53%
روابط	740	65.95%
المجموع	1122	100%

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم (02) أعلاه، طبيعة المضامين المنشورة ضمن الصفحة المخصصة للمشروع الصحفي الذي طرحته فايسبوك، ومن الملاحظ أن نسبة الروابط المقدرة بـ 65.95 بالمئة التي تم ظهورها أكثر من 740 مرة ضمن صفحة المشروع الصحفي، تصدر طبيعة المضامين، تليها نسبة الصور المقدرة بـ 16.31 بالمئة بتكرار 183 صورة، أما نسبة النصوص أو المقالات المنشور ضمن الصفحة فقدرت بـ 15.41 بالمئة بتكرار 173 نصاً، فيما تأتي نسبة الفيديوهات والرسوم البيانية في المراتب الأخيرة، إذ تقدر نسبة الأولى منها بـ 1.78 بالمئة بتكرار بلغ 20 فيديو، أما الثانية 'أي الرسوم البيانية أو أشكال الجرافيك' فقدرت نسبتها بـ 0.53 بالمئة بمعدل تكرار 06 تكرارات.

وهذا راجع -حسب تقديرنا- إلى رغبة المشرفين عن إدارة المشروع الصحفي بما في ذلك الصفحة المخصصة للمبادرة الإعلامية، في توفير العديد من الآليات التي تسمح للمتصفح من الحصول على المزيد من التفاصيل حول المنشورات أو حول المشروع في حد ذاته من خلال توفير روابط تحيل للعديد من الجهات وتوفر الدعم الكافي للمستخدم للتعرف على مختلف الأنشطة والإنجازات المحققة التي أحرزها المشروع، فضلاً عن توفير أدوات بحثية متقدمة من خلال الربط بين المنشورات على اختلاف تصنيفاتها وأنواعها، مع العديد من الجهات المسؤولة عن النشر أو ذات الصلة بطبيعة النشاط المقدم، لتمكين النشطاء من إلقاء النظرة عن قرب عن مختلف الممارسات التي تبنتها مختلف الهيئات سيما الإعلامية جراء تبنيها لمنتجات الفايسبوك المخصصة للمجال الصحفي.

إضافة إلى ذلك، الرغبة في تنويع طرائق عرض المحتويات، من خلال تعدد وسائط العرض من فيديوهات، صور، مقالات... إلخ، لإثراء الصفحة.

وتعرض الصفحة صورا عن مختلف المنتجات المطروحة للممارسة الإعلامية، وأخرى تتعلق بتلك النشاطات المرتبطة بالدورات، المنتديات والمليقيات أو المؤتمرات الدولية والمحلية التي تقيمها فايسبوك بالتعاون مع مؤسسات إعلامية ومعاهد ومنظمات مختصة في مجال الإعلام الرقمي لإعطاء الشرعية على الممارسات التي ينادي بها المشروع الصحفي المطروح والذي تتلخص تفاصيله في الصفحة المخصصة له أين يتم تقديم مقتطفات عن المنشورات -مختلفة المواضيع ومتعددة الأدوات التي تدعم الممارسة الإعلامية- بحيث يتم منح فرصة الاطلاع على المزيد من المعلومات حول الأنشطة من خلال زيارة الروابط المتاحة ضمن الصفحة والتي تتخذ عدة أشكال من خلال الصور الموضحة لفعاليات ومنتجات يتم التزود بالمعطيات حولها من خلال زيارة الرابط المرفق لها أو من خلال الروابط المرفقة للمنشور المتعلقة بالناشرين والهيئات المساهمة في الفعالية، ويتم توجيه المتصفح إلى العديد من الحسابات أو المواقع الإعلامية التي شاركت في التظاهرات الصحفية التي تقيمها فايسبوك في إطار مشروعها الصحفي الذي يتم عرض حيثياته من خلال الصفحة عبر روابط الفيديوهات التي تتضمن دروسا وتكوينات في مجال الإعلام حول كيفية الاستخدام الأمثل لمنتجات الفيسبوك المطروحة، وتتضمن هذه الفيديوهات إعلانات ترويجية للمنتجات والممارسات وتتيح للناشرين فرص تحقيق مداخيل من هذه الإعلانات في حال استخدام خدماتها كما تقدم شركائها الاقتصاديين الذين يمكنهم التوجه إلى أحد تطبيقات فايسبوك الإعلامية لطرح إعلاناتهم عبرها والتي غالبا ما تكون ضمن المنشورات التي ينتجها المستخدمون، وهي محاولة لتشجيع فرص النشر والريح عبر مضامين إعلامية مختلفة الأصناف ضمن صفحة فايسبوك للصحافة.

جدول رقم (03) الموضح للألوان المستخدمة في منشورات الصفحة:

النسبة %	التكرار	اللون
43.01%	268	الأزرق
28.08%	175	الأسود
28.90%	180	الأبيض
100%	623	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم (03) المذكور أعلاه، الألوان المستخدمة في منشورات الصفحة، ومن خلال النسب يتضح أن استخدام اللون الأزرق يتصدر قائمة الألوان المستخدمة بنسبة 43.01 بالمئة بتكرار قدر ب268، أما اللون الأبيض فقدرت نسبة استخدامه بحوالي 28.9 بالمئة بتكرار قدر ب180 مرة، في حين قدرت نسبة استخدام اللون الأسود بما يعادل 28.08 بالمئة بتكرار سجل ب175 مرة.

ويرجع ذلك- حسب تقديرنا- إلى سياسة فايسبوك في انتهاج ذات القائمة اللونية المعتمدة في الموقع الاجتماعي، للحفاظ على الهوية الرقمية نفسها لكافة منتجات فايسبوك التي تحاول من خلالها الشركة إعطاء ميزة للفضاء الأزرق، أما الخلفيات البيضاء التي وردت من خلالها المنشورات إضافة إلى مجموع الصور التي تحوي اللون الأبيض الذي تم اعتماده كميزة تضفي البساطة على الهيكل العام للصفحة وكذا للمنشورات، فضلا عن اعتماد اللون الأسود لمختلف المنشورات التي تكون في شكل فقرات قصيرة تعكس نوع وطبيعة النشاط الممارس في المشروع.

جدول رقم(04): خاص بفئة التفاعل مع الصفحة (التكرارات تخص كل التفاعلات الواردة في كل المنشورات التي يقدر عددها ب175 منشورا).

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
الإعجاب	34095	68.48%
المشاركة	15158	30.44%
التعليقات	535	01.07%
المجموع	49788	100%

المصدر: إعداد الطالبتين.

يشير الجدول رقم (04) المرفق أعلاه والمتعلق بفئة التفاعلات المسجلة على مستوى الصفحة من قبل عدة أطراف تنشط ضمن مشروع فايسبوك للصحافة، أين تم تسجيل أكبر نسبة من هذه التفاعلات على مستوى الإعجاب التي حصدت 68.48 بالمئة، وهي أعلى نسبة تسجل على مستوى كافة عناصر التفاعلات بتكرار قدر بما يعادل 34095 إعجابا، تليها في ذلك نسبة المشاركة المقدرة. بالمئة 30.44 بتكرار 15158 مشاركة، أما فيما يتعلق بالتعليقات، فقد تم تسجيل ما نسبته 1.07 بالمئة بتكرار قدر 535 تعليقا.

ويرجع ذلك- حسب تقديرنا- إلى أن المشاركين في الصفحة على اختلاف ممارساتهم ضمنها؛ سواء نشر، تكوين، إعلان، تصفح... إلخ، يهتمون بطبيعة المحتوى المنشور عبر صفحة المشروع الصحفي التابع لشركة فايسبوك، بحيث يتصفحون المحتويات المنشورة ويتفاعلون معها في شكل إعجابات تتعلق إما بطبيعة المنتج الذي يعرضه محتوى المنشور في حد ذاته أو أخرى تتعلق بمشروع الصحافة ككل، ومن الطبيعي تسجيل مثل هذا الصنف في المرتبة الأولى بحكم أن المشروع لازال في مراحله التوسعية، لذا فمن البديهي أن يتم التفاعل عبر إبداء وجهات النظر حول مدى نجاح المشروع كمبادرة إعلامية جديدة وغير مسبقة في المجال من خلال صنف الإعجاب كخطوة تقييمية أولية لقياس التفاعلية.

أما فيما يتعلق الأمر بنسبة المشاركات، لمختلف المحتويات المتداولة في الصفحة، من خلال تداولها بين نشطاء الصفحة أو من خلال تداولها عبر المنصات الاجتماعية التابعة لشركة فايسبوك، مع إمكانية مشاركتها ضمن نطاقات افتراضية أخرى كنداؤها في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي سيما تلك المتعلقة بالدورات أو الدروس التعليمية للمهتمين

بمجال صناعة الإعلام باعتماد منتجات فايسبوك الجديدة، فضلا عن أن المشروع يقدم ممارسات وأنشطة مختلفة تماما عما هو موجود في الساحة الإعلامية، لذا يكتفي أغلبية المتابعين بالاطلاع على مختلف المستجدات المتعلقة بصحافة فايسبوك ذات الممارسات والأدوات الجديدة، من خلال تتبع ومشاركة الفيديوهات المنشورة ضمن صفحة المشروع التي تعرض مختلف حيثيات وسيرورة العمل الإعلامي الجديد لفايسبوك الذي يعتبر رهانا بالنسبة للعديد من المهنيين أو المهتمين بالمجال بصفة عامة، وهو الأمر الذي تجسده تعليقات الناشرين أو الجمهور العام للصفحة من خلال آرائهم حول المشروع ككل أو تلك المتعلقة بنوعية المنتجات الإعلامية التي تطلقها فايسبوك في إطار مشروعها الصحفي الذي تعرض مختلف تفاصيله عبر الصفحة المخصصة له، ومن الملاحظ أن أغلبية التعليقات تتضمن استفسارات عن خدمات، منتجات أو دورات تدريبية التي يتم برمجتها بهدف تقديم شروحات مفصلة حول كيفية استخدام إصدارات فايسبوك الجديدة واستغلالها لتسهيل الأداء الصحفي من جهة ولتحقيق مكاسب مالية من الإعلانات من جهة ثانية.

ومن الملاحظ أيضا، أن الرد على التعليقات يكون من قبل المطورين أو الفريق المشرف على المشروع وهذا ما يقف خلف زيادة اهتمام الناشرين والصحفيين وحتى النشطاء على الإقبال على المشروع والمساهمة في إثراء الصفحة عبر ترك اقتراحات، تساؤلات، انتقادات أو حتى توصيات لتطوير وتحسين الآليات المعتمدة في المشروع التي يتم استخلاصها من جملة التفاعلات الحاصلة على مستوى الصفحة التي باتت فضاء جديدا للممارسة الإعلامية المرتبطة بمخرجات فايسبوك الصحفية المعروضة للتفاعل عبر صفحة إلكترونية والتي تروج لمنتجات الشركة المتعلقة بمجال الإعلام سيما مجال صناعة الأخبار الذي قدمت فايسبوك من خلال هذه المبادرة الإعلامية العديد من الخدمات والمحاضرات التعليمية التي تم عرضها عبر الجزء المخصص للفيديوهات المتواجده ضمن صفحة المشروع أو من خلال تحديد مواعيد لعقد دورات للراغبين في الانضمام إلى المبادرة، ويتم عرض مختلف التفاصيل المتعلقة بالمحاضرات، المحادثات الإعلامية مع خبراء واستشاريين من مختلف الهيئات الإعلامية المتعاونة مع فايسبوك عبر صفحة مشروع الصحافة، التي تعد الواجهة التي يتمكن من خلالها المستخدمون من التعرف على جديد المشروع والممارسات، بل الأمر يتعداه إلى التحول إلى ناشر، منتج وحتى مقيم للمشروع الصحفي الجديد من خلال الصفحة الإلكترونية التي تتضمن مختلف هذه الممارسات وتفتح آفاقا جديدة للمستخدمين -على اختلاف توجهاتهم نحو الإعلام- نحو تبنى أدوار مهنية أخرى بأدوات ومنظومة لم يعهدها من قبل سيما في القطاع الإعلامي الذي تحول إلى محور اهتمام العديد من الأطراف التي تسعى من خلاله إلى الوصول إلى غايات مختلفة، وهو الأمر الذي تسعى فايسبوك من خلال مشروعها للصحافة إلى تحقيق مختلف التطلعات عبر منتجاتها التي تتيح كفاءات الاستفادة منها وطرائق توظيفها بالشكل الأمثل عبر عرضها ضمن صفحة المشروع التي تقدم منشورات إعلامية متعددة الخصائص.

كما تتضمن صفحة مشروع فايسبوك للصحافة -أي من خلال مضامين المنشورات المعروضة- العديد من النصائح ذات الصلة بطرائق استخدام منتجاتها لضمان أفضل الممارسات التي تطمح فايسبوك إلى تحقيقها من مجال الإعلام، بحيث يتم عرض فيديوهات تتناول مواضيع تتعلق بجانب الممارسة الأفضل للعمل الإعلامي، ويهدف دعم

بجاعة هذه الممارسات، تعرض الصفحة فيديوهات أو محاضرات باستغلال خدماتها تتضمن قصص نجاح للعديد من الهيئات الإعلامية التي توظف منتجات فايسبوك وتدعم مشروعها الصحفي، وتهدف فايسبوك من ذلك إلى إعطاء أبعاد تتعلق بمدى نجاح الرؤية الإعلامية الجديدة - التي طرحتها عبر مشروعها الذي تمثله منتجاتها المعروضة عبر صفحاتها - التي قدمت من خلالها بالإضافة وحتى غيرت ملامح الإعلام السائدة وأرست توجهها جديدا في المجال ورسمت طريقا نحو "توسيع نطاق الوصول وكذا تحسين المحتوى المقدم باعتماد مشروع فايسبوك للإعلام"¹.

تجدر الإشارة إلى أن التفاعلات المسجلة على مستوى الصفحة تتعلق أيضا بأعداد المشاهدات التي قدرت بـ 13.798.017 مشاهدة تم إحصائها على مستوى 19 فيديو منشور عبر الصفحة من أصل 20 فيديو، بحيث تم تسجيل ما يعادل 12.912.281 مشاهدة في المنشور رقم 47، وهذا ما يدل على الإقبال الجماهيري المتزايد على محتويات الصفحة التي تعرض في كل مرة مضامين إعلامية تحاول من خلالها التوسيع من آفاق المشروع وتوضيح ممارساته الجديدة لتمكين الفاعلين من المشاركة وتقديم بالإضافة التي تخدم المشروع الصحفي ومنه تخدم الممارسات الإعلامية ككل.

جدول رقم (05) الموضح لمدى التحيين:

النسبة	التكرار	مدة التحيين
06.28%	11	يوم
47.42%	83	من يومين إلى أسبوع
46.28%	81	من أسبوع إلى أسبوعين
00%	00	شهر
100%	175	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم (05) المذكور أعلاه، مدى التحيين في الصفحة، إذ يتضح من خلال النسب الموضحة أن مدة التحيين تكون تمتد يومين إلى أسبوع وقد سجلت نسبة 47.42 بالمئة لذلك بتكرار قدر بـ 83 مرة، تليها نسبة التحيين الممتد من أسبوع إلى أسبوعين والمقدرة بـ 46.28 بالمئة والمسجلة بتكرار 81 مرة، في حين سجل نسبة 06.28 بالمئة لمدة التحيين التي تقابل يوما واحدا بتكرار 11 مرة، أما النشر الشهري فيقدر معدله صفرا نسبة وتكرارا.

ويرجع هذا - حسب تقديرنا - إلى تزامن منشورات فايسبوك مع إصداراتها المتعلقة بالمنتجات التقنية ذات العلاقة بالممارسات الإعلامية، بحيث تتم عملية النشر في الصفحة سواء مقال أو فيديو... تزامنا مع مختلف الفعاليات، التظاهرات والملتقيات التدريبية الإعلامية التي ينظمها الفريق المشرف على المشروع والتي تقام بشكل دوري تتراوح مدته من يومين إلى أسبوع أو من أسبوع إلى أسبوعين حسب حجم الفعالية ونوعية المنتج المقدم وطرائق استخدامه وحتى

¹https://web.Facebook.com/facebookmedia/solutions vue le 31/05/2018 à 01:30

بحسب الأعضاء المشاركة ونوعية المساهمات المقدمة من قبلهم والتي تستغرق وقتا لتنظيمها وكذا تستغرق وقتا لترحها وهذا ما يفسر اعتماد النشر بين تلك الفترات، أما فيما يتعلق بالنشر اليومي، فهذا مرتبط بالفعاليات القصيرة أو الإصدارات المتقاربة زمنيا أو حتى بالمنشورات ذات العلاقة بالممارسات الجديدة التي تستدعي ضرورة الإعلام والترويج لها بشكل مستمر يوميا لإضفاء صفة التجدد والاستمرارية على طبيعة المشروع.

ولا يتعدى النشر مدة الأسبوعين، وهذا دال على الجهود التي تبذل من قبل عدة أطراف مشاركة في أنشطة المشروع وكذا من قبل فريق فايسبوك المشرف عليه وعلى إدارة الصفحة التي تعرض بالتزامن مختلف الإنجازات المتوصل إليها والتي تخص الممارسة الإعلامية.

جدول رقم (06) يوضح طبيعة المضامين الإعلامية المنشورة:

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
إخبارية	175	43.20%
ترويجية	175	43.20%
تعليمية	20	4.93%
تحفيزية	15	3.70%
تثقيفية	20	4.93%
المجموع	405	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم (06) طبيعة المضامين الإعلامية المنشورة عبر الصفحة، إذ تحتل كل من المضامين الإخبارية والترويجية المرتبة الأولى بنسبة 43.20 بالمئة، في حين تأتي نسبة المضامين التعليمية والتثقيفية في المرتبة الثانية بنسبة 04.93 بالمئة، وتحتل المرتبة الثالثة والأخيرة المضامين التحفيزية بنسبة 03.70 بالمئة.

ويرجع هذا -حسب تقديرنا- إلى أن الصفحة في حد ذاتها تهدف إلى الإخبار والترويج عن مختلف منتجات وممارسات فايسبوك من خلال مشروعها الصحفي، من ثمة تسعى إلى تقديم دعائم للممارسة والاستخدام الأمثل لمنتجات فايسبوك في العمل الصحفي، فضلا عن تحفيز المشاركين والنشطاء في المشروع حول النجاحات المحققة من خلال توظيف منتجات الشركة في المجال الصحفي وما تضمنه من تطورات على مستوى الأداء وكذا الأرباح الممكن اكتسابها من هذه الخدمات الجديدة.

جدول رقم (07) يوضح الجمهور المستهدف:

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
الجمهور العام للصفحة	175	34.31%
الناشرين	170	33.33%
المعلنين	165	32.35%
المجموع	510	100%

المصدر: إعداد الطالبتين.

يشير الجدول رقم (07) الموضح أعلاه، إلى الجمهور المستهدف بمختلف المنشورات التي تطرح عبر صفحة المشروع، إذ يتضح أن الصفحة تستهدف كافة الجماهير المتصفححة بنسبة 34.31 بالمئة في كافة المنشورات المقدرة بـ 175 منشورا عبر مختلف العبارات أو الكلمات الموجهة للمهتمين بالمجال وبالمشروع ككل من الجماهير، كما سجلت ما نسبته 33.33 بالمئة لصنف الناشرين بتكرار 170، أما نسبة 32.35 بالمئة كانت من نصيب صنف المعلنين بتكرار 165.

ويمكن إرجاع ذلك -حسب تقديرنا- إلى رغبة فايسبوك في تعميم مجال الممارسة الإعلامية على كافة الشرائح المتصفححة والمهتمة بمختلف منتجات الفايسبوك في المجال الإعلامي الذي تسعى من خلاله إلى التوسع والريادة، لذا فالقاعدة الجماهيرية كلما توسعت ساهم ذلك في وصول الممارسات إلى نطاقات أكبر وبالتالي تحقيق المبدأ الجماهيري الذي أطلقته كشعار للمشروع والمختزل في الرغبة في التواصل مع مختلف الجماهير عبر العالم دون إقصاء على اعتبار الإعلام مجالاً متعدد الأطراف التي تسهم في صياغته واستهلاكه، سيما وإن تعلق الأمر بالصحفيين والمعلنين كأطراف منتجة والجماهير كأطراف مستهلكة أحيانا ومنتجة أو مسهمة في العملية الإنتاجية في الكثير من الحالات.

جدول رقم (08) الخاص بفئة الاتجاه:

الاتجاه نحو الصحفيين	التكرار	النسبة
إيجابي	170	33.66%
سليبي	00	00%
محايد	00	00%
الاتجاه نحو المستخدمين	التكرار	النسبة %
إيجابي	170	33.66%
سليبي	00	00%
محايد	00	00%
الاتجاه نحو المعلنين	التكرار	النسبة %

32.67 %	165	إيجابي
00 %	00	سليبي
00%	00	محايد
100%	505	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم(08) توجهات صفحة مشروع فايسبوك على اعتبار تكرارات كل من الناشرين "صحفيين، أعضاء"، المستخدمين "الجمهور" و كذلك "المعلنين" المساهمين"، وقد تم تسجيل أكبر نسبة لدى كل من الناشرين والجمهور ب33.66 بالمئة، ونسبة متقاربة تليهما فئة المعلنين بنسبة قدرت ب32.67 بالمئة، في حين تم تسجيل ما نسبته وتكراره الصفر في كل ما يتعلق بالاتجاه السلبي والمحايد نحو كافة عناصر الفئة سواء صحفيين، مستخدمي أو حتى معلنين.

ويرجع ذلك -حسب تقديرتنا- إلى الدعم الذي توليه صفحة فايسبوك للصحافة للمستخدمين الذين تمنحهم الأولوية في المساهمة في صياغة المحتويات عبر الصفحة من خلال خدمات التدوين والنشر التي تتيحها وطرائق الاستخدام المثلى التي ترفقها بتوضيحات حول الأساليب الصحيحة والنموذجية لاستخدام منتجاتها في الممارسة الصحفية ، وهذا ما يفسر الاتجاه الإيجابي نحو كل الفئات المشاركة والداعمة للمشروع وللصفحة التي تستمد شعارها من موقع المشروع الموسوم "بتواصل مع أي جمهور"¹ كدليل إيجابي على التفاعل والتعاطي مع كافة المهتمين بالصفحة وبالمشروع الصحفي ككل، بما في ذلك من مهنيين ومعلنين، زيادة على ذلك فالصفحة الإعلامية ترويجية بالأساس لمنتجات الفيسبوك الصحفية لذا فمن البديهي أن تدعم أطراف لها صلة مباشرة بمجال الإعلام.

جدول (رقم 09) التالي يوضح الأطراف الفاعلة في صياغة المضامين الإعلامية:

النسبة	التكرار	عناصر الفئة (المصدر)
27.13 %	175	خبراء من شركة فايسبوك
23.25 %	150	وكالات وهيئات إعلامية
26.35 %	170	ناشرين " صحفيين، نشطاء مستخدمين، أعضاء"
23.25 %	150	معلنين " شركات اقتصادية مساهمين، شركاء"
100 %	645	المجموع

¹ <https://web.facebook.com/facebook.media/home> , vue le 29/05/2018 à 02:00

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم (09) نسب المساهمين في صياغة محتويات صفحة فايسبوك للصحافة، بحيث يتضح أن النسبة الأكبر في ذلك تعود لشركة فايسبوك ولخبرائها بحيث تقدر النسبة بـ 27.13 بالمئة في كل المنشورات التي تقدر بـ 175 منشورا، تليها وبنسبة متقاربة الناشرين بنسبة 26.35 بالمئة بتكرار قدر بـ 170، وبنفس النسبة نجد كل من الوكالات الإعلامية و الهيئات الاقتصادية تسجل النسبة ذاتها بما يعادل 23.25 بالمئة لكل من المصدرين.

يرجع -حسب تقديرنا- نشر فيسبوك المحتويات والمنشورات عبر صفحاتها المخصصة للإعلام إلى رغبتها في الترويج لمنتجاتها، أدواتها، خدماتها، تطبيقاتها وفعاليتها الإعلامية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستخدمين للتمكن من فرض قوتها الإعلامية الجديدة وهذا ما يفسر مساهمتها الفعالة في تولي مهمة نشر وصياغة أغلبية المنشورات المعروضة على صفحة المشروع، كما تحرص على تواجد العديد من الفاعلين في هذا الإطار من خلال شراكاتها التعاونية مع هيئات ذات نشاط في مجالات الإعلام والإعلان بهدف مساعدة نشاطها على اختلاف تصنيفاتهم على صياغة واقع إعلامي جديد يمكنهم من بناء نشاط تجاري مع شركائها، ومن أجل خلق صحافة جديدة يساهم الكل فيها وهذا ما يتجلى من خلال مختلف منشورات الصفحة التي تعبر عن خبرات مشتركة بين العديد من الأطراف المتبينة للمشروع الصحفي والمشاركة عبر صفحته. وقد سبق لفايسبوك أن حددت رؤيتها للصفحة الإعلامية التي تهدف من خلالها إلى دعم "الصحافة عالية الجودة"¹، لذا تتجه نحو التعاون مع مؤسسات إخبارية لتطوير المنتجات والأدوات على مستواها وأيضا من أجل الارتقاء بمستوى الصحفيين وغرف الأخبار حول العالم.

جدول رقم (10) الموضح لمصادر صياغة المنشورات الإعلامية في صفحة مشروع فايسبوك للصحافة:

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
هيئات إخبارية	150	23.25%
ناشرين	170	26.35%
معلنين	150	23.25%
خبراء شركة فايسبوك	175	27.13%
المجموع	645	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول رقم (10)، الجهات المسؤولة عن مختلف منشورات الصفحة، إذ يحتل خبراء شركة فايسبوك المرتبة الأولى بنسبة 27.13 بالمئة تليها نسبة الناشرين بنسبة 26.35 بالمئة، أما في المركز الثالث تأتي نسبة كل من المعلنين والهيئات الإخبارية بنسبة 23.25 بالمئة.

¹ [https:// web.facebook.com/solutions/ facebook-journalism-project](https://web.facebook.com/solutions/facebook-journalism-project), vue le 31/05/2018 à 01 :00.

وهذا راجع -حسب تقديرنا- إلى أن الفريق المشرف على إدارة الصفحة والمشروع الصحفي ككل يتولى مهمة الإشراف على منشورات الصفحة بحيث أن أغلبية المنشورات ترفق بمصادرها والتي تكون غالبيتها تابعة لإدارة المشروع، أما باقي الأطراف فتأتي تباعاً، من حيث مساهمة الوكالات والهيئات بما فيها المعاهد والجامعات وكذا مدارس التكوين المختصة في مجال الإعلام الرقمي، إذ تساهم هذه الأطراف في صياغة المواد المنشورة أو تشارك في مختلف التظاهرات والفعاليات التي سيتم نشر تفاصيلها ضمن الصفحة، بحيث ترفق المنشورات بروابط تحيل إلى مواقع هذه الهيئات وأخرى تحيل إلى موقع فايسبوك المخصص للمشروع للإعطاء أكثر تفاصيل حول طبيعة هذه الشراكات التي تقيمها فايسبوك مع مختلف المنظمات التعاونية للارتقاء بالممارسة الإعلامية على الصعيد الدولي، فضلاً عن إشراك المستخدم في الصياغة عبر الأخذ بعين الاعتبار مختلف توصياته وانتقاداته حول المشروع وما يطرحه من ممارسات مع تقديم هامش لإمكانية إعادة صياغة المحتويات وطرحها في شكل تعليقات.

رسم توضيحي رقم (01) يوضح مصادر صياغة المنشورات الإعلامية في صفحة مشروع فايسبوك للصحافة.



المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الشكل رقم (01) مصادر المنشورات الإعلامية الواردة في صفحة فايسبوك المخصصة للمشروع الصحفي، فغالبية المنشورات يتم نشرها مرفقة بالمصدرين إما فايسبوك للإعلام أو من صياغة فريق غرف أخبار مشروع فايسبوك للصحافة 'New Room FB. com/ Facebook for Media. com'، كما ترفق العديد من المنشورات بمصادر إعلامية مختلفة تابعة إما لمنظمات مختصة في مجال الإعلام الرقمي أو تابعة لهيئات ومؤسسات إعلامية معروفة.

• التحليل الكيفي:

يتميز مجتمعنا بأنه عالمي ومتنوع، فنحن ندرك أهمية النظر إلى فيسبوك كمكان يشعر فيه الناس بالقدرة على التواصل..."، "فكل يوم يلجأ الأشخاص إلى فيسبوك لمشاركة الأحداث الخاصة بهم، ورؤية العالم بعيون الآخرين"¹، كانت هذه من أبرز العبارات التي ذكرت في الموقع الرسمي لمشروع فايسبوك للصحافة، التي تركز اهتمامها حول قاعدة الاستخدام التي تحظى بها المنصة التي بدورها فتحت المجال لإبداء الآراء ومشاركتها مما يدل على فتح المجال أمام حرية التعبير العالمية التي مكنت الجماهير من تقديم رؤى مختلفة وقراءات متعددة للقضايا والأحداث المتناولة بالنقاش، من هذا المنطلق فقد منحت فيسبوك للمستخدمين فرصة لآداء أدوار جديدة تتعلق بصفة مباشرة بقطاع الإعلام الذي تحاول فيسبوك عبر مختلف مساعيها تغيير منظومته بما يخدم توجهاتها.

ولتقديم قراءة تحليلية لهذه المساعي، لابد من تتبع مختلف ممارساتها ومخرجاتها الجديدة في مجال الإعلام والتي يتم استعراضها عبر صفحتها الخاصة بالمشروع الصحفي الذي أطلقته كمحاولة لاكتساح القطاع، ويعتمد التحليل على المستويات التالية:

المستوى الأول: مدخل عام للمشروع الصحفي:

يعتبر مشروع فيسبوك للصحافة الذي تم إطلاقه في 11 جانفي 2017، من أبرز مساعي فيسبوك الهادفة إلى دعم الصحافة "ومحو الأمية في التعامل مع المضامين الإخبارية، وكذا لجعل فيسبوك مركزا للصحفيين والناشرين للتعلم والمشاركة"²، تقدم من خلاله الشركة العديد من المحاولات ذات الممارسات الإعلامية المختلفة الرامية إلى ضمان أفضل النماذج الإعلامية من حيث الأداء ومن حيث المنتجات كأشكال جديدة لم يسبق للمجال أن شهدها.

وقد أطلقت فيسبوك لهذا المشروع الصحفي، صفحة إلكترونية تحمل تسمية 'صفحة مشروع فيسبوك للصحافة Facebook Journalism Project Page' والتي يمكن تصفحها والاطلاع على منشوراتها عبر الرابط https://web.facebook.com/pg/facebookjournalismproject/posts/?ref=page_internal

وهي بمثابة امتداد للموقع الرسمي للمشروع الصحفي الذي يحمل تسمية 'فايسبوك للإعلام Facebook for Media' الذي يمكن تصفحه عبر الرابط: <https://web.facebook.com/facebookmedia/>

¹ <https://web.facebook.com/communitystandards/safety>, vue le 20/05/2018 à 03 :30

² https://web.facebook.com/pg/facebookjournalismproject/about/?ref=page_internal, vue le 2/06/2018 à 23 :45

وقد تم وسم المشروع بشعار حدد فيه دور فيسبوك الجديد الهادف إلى بناء واقع إعلامي بمجتمع يتميز بالوعي الكافي في صياغة هذا الواقع وحتى في استهلاك منتجاته، ويكمن الشعار في الآتي: "تتمثل مهمتنا في التعاون مع رواد صناعة الأخبار لدعم مجتمع أكثر وعياً¹".

وعلى اعتبار أن المشروع الصحفي الجديد لفيسبوك بمثابة "برنامج جديد لإنشاء روابط قوية تجمع بين فيسبوك والقطاع الإعلامي سيما مجال الأخبار منه، الذي تهدف من خلاله إلى تقديم منتجات أفضل للصحفيين" والبحث عن طرائق جديدة للعمل مع الناشرين والأكاديميين في المجال بغية تحسين الرؤية الإنتاجية في القطاع، وكذا لإعطاء أبعاد مختلفة على أنماط الاستهلاك الجماهيري للمخرجات التي تقدم في إطار الإعلام الرقمي كعصر جديد للإعلام² وكفرصة فريدة من نوعها للممارسة حالياً.

ويمكن تلخيص أهداف المشروع في الآتي:

- دعم الصحافة وتقديم أفضل الممارسات الإعلامية لضمان صحافة عالية الجودة.

- الارتقاء بمستوى الإعلام والغرف الإخبارية حول العالم من خلال تقديم منتجات جديدة مع إقامة تعاونية

مع المؤسسات الإعلامية في إطار تبادل الخبرات ما بين الإعلام والتقنية التي توفرها فيسبوك.

- بناء مجتمع إعلامي جديد واع من حيث الممارسة، الإنتاج وحتى من حيث أنماط الاستهلاك.

ويعتمد مشروع صحافة فيسبوك على منهج دراسي مجاني لتسهيل العمل والممارسة الإعلامية الجديدة التي يطرحها المشروع ضمن استراتيجية مختلفة كلياً عما هو موجود للتداول في السوق الإعلامية، بحيث يتحصل المشاركون في المشروع على شهادة صحفية مصادق عليها من قبل كبريات المعاهد والمنظمات الناشطة في مجال الإعلام والإعلام الرقمي سيما معهد "Poynter" وكذا من قبل شركة فيسبوك تحديداً من طرف فريق المطورين وخبراء الإعلام المشرفين على المبادرة الصحفية لفيسبوك، بعد المرور على تجارب واختبارات صحفية لتوظيف ما تم اكتسابه وتعلمه من تلك الدورات التدريبية التي ينظمها المشروع الصحفي ضمن برنامج فيسبوك التعليمي 'بلو بينت'³ 'Blue Peint'.

ويتم عرض مختلف النماذج الإعلامية الجديدة التي تشمل على الممارسات، الأدوات، الخدمات ومختلف المنتجات الإعلامية والتطبيقات التي تقدمها فيسبوك عبر الصفحة المخصصة للمشروع، بحيث يتم عبرها عرض مختلف الأنشطة الإعلامية التي تقوم بها الشركة في إطار برنامجها الإعلامي المكثف، وقد تم استعراض مختلف هذه الجهود

¹ https://web.facebook.com/facebookmedia/solutions/facebook-journalism-project?_rdc=1&_rdr, vue le 2/06/2018 à 23 :15

² <https://web.facebook.com/pg/facebookjournalismproject/about/>, **Ibid**, vue le 17/02/2018 à 15 :30

³ <https://web.facebook.com/business/courses/journalists>, vue le 15/05/2018 à 12 :30

انطلاقاً من تاريخ 3 فبراير 2017، أين تم رسم أهم المعالم المحددة للمشروع الصحفي ومهامه ضمن منشور خاص عبر الصفحة.

ومن خلال تتبع منشورات صفحة فايسبوك للصحافة طيلة الفترة الممتدة من 3 فبراير 2017 إلى غاية 31 من مايو 2018، تم التوصل إلى المراحل التي مر بها المشروع الصحفي والتي يمكن تقسيمها إلى مايلي:

أ: المرحلة الأولى: تحديد معالم المشروع وأنشطته:

والتي سارت في اتجاهين، اعتمدت فيها فايسبوك على التوجه نحو التعريف بأنشطة المشروع الجديدة وإدراج تحديثات على خصائص موقع فايسبوك الاجتماعي لحماية النظام الإخباري بعد تفشي ظاهرة الأخبار الكاذبة Fake News، وقد تم تنبيه المشتركين في المشروع عن ضرورة حماية الصناعة الإخبارية التي تقوم عليها سياسة المشروع من خلال "إشراك الخبراء للتحقق من القصص الخبرية المنشورة"¹ والمنطوية على معلومات مزيفة من أجل إبعاد المستخدمين عن مثل هذه الممارسات لضمان "نظام بيئي صحي للصناعة الإخبارية"².

وبهذا تكون صفحة فايسبوك قد وضحت توجه فايسبوك الإعلامي نحو عقد شراكات مع خبراء ووكالات إعلامية للتحقق من مدى مصداقية المنشورات التي يتداولها النشطاء عبر مختلف خدمات الشركة.

وفي ذات السياق، وفي اتجاه آخر، فقد اعتمدت فايسبوك في مشروعها على التوجه نحو إبرام سلسلة من الشراكات الإعلامية مع كبريات المؤسسات الصحفية والإخبارية واعتمادهم كشركاء ضمن مجتمعها الإعلامي الجديد الذي يضم العديد من الفاعلين من ناشرين، صحفيين، مستخدمين، تقنيين ومعلنين، بحيث تعد الشركات أوالمواقع الإعلامية المتمثلة في 'فوكس ميديا Vox Media'، 'سي بي أس CBS'، 'فيرست دراфт نيوز First Draft News'، 'أي تي أن أن ATNN'، 'شبكة الميديا المحلية Local Media'، وكذا موقع 'نيوز واير News Wire'، إلى جانب المدارس والمعاهد وحتى الجامعات المختصة في الإعلام الرقمي التي من جملتها 'معهد بوينتر Poynter'، جامعة 'أريزونا ستايت Arizona State University'، وكذا 'المدسة العليا للصحافة The Graduate School Of Journalism'، وهي صفقات مهمة مع مثل هذه المؤسسات، المواقع والمعاهد الإخبارية وكذا المدارس التدريبية ذات المكانة على الصعيد الدولي.

¹ منشور رقم 02 الصادر بتاريخ 2017/02/04،

https://web.facebook.com/pg/facebookjournalismproject/posts/?ref=page_internal

² المرجع نفسه.

وقد لجأت فايسبوك في مشروعها الصحفي لهكذا تعاونيات من أجل خلق فرص لمختلف الأعضاء والمشاركين في المشروع للتعرف على المعايير الجديدة للإستخدام الأمثل لمنتجات فايسبوك الصحفية وكيفية توظيفها في الممارسة الإعلامية لتحقيق الجودة الصحفية المرجوة من المشروع.

ولدعم المشروع الصحفي أكثر، تستعرض صفحة المشروع مختلف الفعاليات، التظاهرات والمبادرات الإعلامية التي تنظمها فايسبوك بالشراكة مع خبراء الميدان، والتي تتضمن أهم الخدمات الجديدة التي أطلقتها الشركة في إطار مبادرة الصحافة، وتعتبر خدمة 'كراوند تانغل Crowd Tangle' المشتملة على شبكة المحتوى 'ريدت Reddit'، من أهم إصداراتها الصحفية التي تسمح للناشرين من مشاركة المحتويات وتضمن للصحفيين أفضل السبل للإستفادة من العديد من المنصات الاجتماعية التابعة للشركة سيما 'انستغرام Instagram' و'ماسينجر Messenger'¹ لاكتشاف القصص والمحتويات الأصلية التي من إنتاجهم، ويتم استضافة الفرق الإعلامية المشاركة لتقديم أفضل التوضيحات للناشرين والمستخدمين بالتعاون مع فرق فايسبوك الإعلامية التي تعمل على عرض كفاءات استخدام وتوظيف هذه الخدمات في الممارسة الصحفية.

وضمن سلسلة الفعاليات المطروحة ضمن الصفحة، فقد نظمت فايسبوك برنامجا تم تسميته 'الأخبار على فايسبوك News On Facebook' مع وسائل إعلام محلية في الولايات المتحدة الأمريكية بالتعاون مع فرق مختصة في الهندسة والوسائط الإعلامية لتقديم أفضل الممارسات التي يجب اعتمادها كأتماط جديدة في الإعلام عبر استغلال خدمة 'انستغرام Instagram' و'كراوند تانغل Crowd Tangle' "لضمان تحسين الأداء المهني في الإعلام لتحقيق تلك التحديات الإستراتيجية والإنمائية"² في المجال التي تسعى فايسبوك لتحقيقها من المشروع الصحفي.

هذا وتعرض الصفحة العديد من الدورات التدريبية للصحفيين ضمن المنشورات المقدمة في شكل فيديوهات تتضمن محاضرات تدريبية وأخرى فعاليات إعلامية وكذا لقاءات عبر خدمة 'فايسبوك لايف Facebook Live' تجمع مديرة المشروع والإعلامية السابقة لقناة سي أن أن CNN 'كامبل براون Campbell Brown' مع العديد من الخبراء والإعلاميين وكذا المسؤولين عن الشركات الإعلامية لتقديم قصص نجاحهم وتشارك تجاربهم مع المستخدمين سيما تلك التجارب الناجحة جراء توظيف منتجات فايسبوك في وسائل الإعلام، بحيث يتم التحوار حول أفضل الممارسات التي تضمنها منتجات فايسبوك الجديدة.

وتعتبر التدريبات والدورات التكوينية ذات الأدوات المخصصة، أحد أعمدة المشروع الصحفي لفايسبوك³ التي طرحت عبر دورات تعلم إلكتروني في شكل فيديوهات بثمان لغات تشمل: الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإسبانية،

¹ منشور رقم 06 الصادر بتاريخ 2017/02/10، مرجع سبق ذكره.

² منشور رقم 07 الصادر بتاريخ 2017/02/14، مرجع سبق ذكره.

³ منشور رقم 08 الصادر بتاريخ 2017/02/21، مرجع سبق ذكره.

اليابانية، البرتغالية، الكورية والإندونيسية، وتمثل في محادثات مع محررين وصحفيين يقدمون أفضل الممارسات الإعلامية التي يتم مشاهدتها مباشرة عبر انستغرام وخدمة لايف.

أما فيما يتعلق بالنشطاء المتبعين للمشروع من خلال ما تعرضه الصفحة، فيمكنهم إعادة متابعة هذه الدورات من خلال ما يتم نشره عبرها أو من خلال المشاهدة المتزامنة مع الفعالية عبر الخدمات المخصصة للبث الحي للفيديو في حالة التقيد بمواعيد المناسبات والفعاليات وحتى الدورات التي ينظمها فريق المشروع¹ المطروحة ضمن منشورات خاصة عبر الصفحة.

ب: المرحلة الثانية: توسيع دائرة الخدمات والمنتجات الإعلامية الجديدة:

وفيها اعتمدت فايسبوك على تطوير الخدمات المتوفرة خاصة خدمة البث المباشر 'فايسبوك لايف Facebook Live' وكذا 'انستغرام Instagram' لتمكين المستخدمين من استغلال الخدمات المتاحة وتوظيفها في الممارسة الإعلامية.

وفي خطوة ثانية، طرحت فايسبوك عبر مشروعها الصحفي العديد من الخدمات الإعلامية التي تجسدت في شكل إصدارات جديدة ضمن خدمات للناشرين والصحفيين التي تعتبر الخدمة المدرجة ضمن خدمة المقالات الفورية Instant Articles سيما ميزة 'دعوة إلى الإجراء Call to Action' التي تدعم تنزيلات التطبيقات الإخبارية وكذا تدعو إلى الاشتراكات ضمن النشرات الإخبارية²، وحتى مختلف الإصدارات المتعلقة بخدمة 'كراوند تانغل Crowd Tangle' كأداة لتمييز القصص وقياس الأداء والتفاعل الاجتماعي³ التي يتم استعراضها ضمن جلسات إعلامية لقادة الغرف الإخبارية لدى فايسبوك الموضحة لكيفيات الاستخدام.

كما أطلقت خدمة 'شبكة الجمهور Audience Network'⁴ التي تعتبر خدمة تساعد على إدارة وفهم الأداء وكذا تحديد الأهداف من أجل تنمية النشاط التجاري كجزء من استراتيجية تحقيق الدخل⁵ التي يسعى مشروع فايسبوك للصحافة إلى تحقيقها بالنسبة للمستخدمين والمشاركين.

وتنطوي هذه الخدمة على عدة إصدارات أشهرها⁶ خدمة 'الفيديو المتكامل Integrated Video'، خدمة 'الإعلانات المحلية Local Ads' وخدمة 'المكافآت Rewards' إضافة إلى خدمة 'ويب موبايل Mobile Web'.

¹ منشور رقم 09 الصادر بتاريخ 2017/03/01.

² منشور رقم 104 الصادر بتاريخ 2017/10/04، مرجع سابق.

³ منشور رقم 11 الصادر بتاريخ 2017/03/08، مرجع سبق ذكره.

⁴ منشور رقم 15 الصادر بتاريخ 2017/03/10، مرجع سبق ذكره.

⁵ <https://web.facebook.com/AudienceNetwork/products/tools>, vue le 15/05/2018 à 18 :30

⁶ منشور رقم 15، مرجع سبق ذكره.

ويتم تنظيم جلسات للناشرين والصحفيين عن هذه التحديثات والمنتجات وأفضل الممارسات المتعلقة بها مع مهندسي فايسبوك.

كما يتم تخصيص تجارب الإعلانات للناشرين عبر خدمة 'المقالات الفورية Instant Articles' كأحد طرق جني الأرباح¹ التي يكفلها مشروع الصحافة.

فضلا عن إجراء تقييمات عن الأخبار والفيديوهات المقدمة عبر المشروع في إطار ما يعرف 'بتغذية الأخبار News Feed'، وقد تم تخصيص مدونة للناشرين المحليين عبر مختلف أنحاء العالم تحمل تسمية 'سبوت لايت Spot² Light' لمشاركتها الأخبار المتداولة ضمن نطاقات جغرافية معينة بين الناشرين.

وقد خصصت جلسات ولقاءات مع فريق فايسبوك المتخصص في إدارة الشؤون الإخبارية في قسم الأخبار 'Facebook News Room' لتقديم منشورات ودورات حول طرائق كتابة وتحرير القصص الخيرية عبر منصات فايسبوك وحتى كفاءات النشر عبر الخدمات المخصصة ضمن المشروع الصحفي.

إضافة إلى جملة الخدمات المخصصة لإدارة ما يتعلق بالنشر التي تعرف ب'Right Manager' وأخرى تتعلق بإدارة الخصوصية والأمن الرقمي³، كأحد أهم الأساليب لحماية المنتجات الصحفية للناشرين عبر مختلف المنصات الجديدة المخصصة للممارسة الصحفية في إطار ما تطلق عليه فايسبوك 'ب' المنصات الإخبارية News Platforms.

وفي سياق آخر، أطلقت الهيئات التعاونية مع فايسبوك 'مهرجانا إعلاميا⁵ Journalism Festival' تقييما للممارسات الصحفية الجديدة، المرتكزة على منتجات فايسبوك لقياس القيم المضافة من المشروع على طبيعة الممارسة الإعلامية من جهة، وكذا لإعطاء تقييم لمختلف أدوات النشر وحتى لتقييم أداء الناشرين.

هذا ويقوم المطورون في فايسبوك⁶ Facebook Developers بتقديم تحديثات عديدة لمختلف الإصدارات الإعلامية للحفاظ على قاعدة الاستخدام وكذا لدعم المزيد من الممارسات وضمان أفضلها لإضفاء التجدد المستمر على الآداء الإعلامي.

وفي إطار دعم المشروع الصحفي وكذا خدمات فايسبوك، تعرض الصفحة مختلف اللقاءات والمحادثات التي تقدمها 'كامبل براون Campbell Brown' سيما تلك المتعلقة بالتدريبات المبرمجة مع العديد من المعاهد والمنظمات

¹ منشور رقم 14 الصادر بتاريخ 2017/03/10، مرجع سبق ذكره.

² منشور رقم 18 الصادر بتاريخ 2017/03/14، مرجع سبق ذكره.

³ منشور رقم 122 الصادر بتاريخ 2017/11/10، مرجع سبق ذكره.

⁴ منشور رقم 36 الصادر بتاريخ 2017/04/24، مرجع سبق ذكره.

⁵ منشور رقم 30 الصادر بتاريخ 2017/04/05، مرجع سبق ذكره.

⁶ منشور رقم 24 الصادر بتاريخ 2017/03/24، مرجع سبق ذكره.

ذات الصلة بالإعلام الرقمي لإبراز أهمية وسائل الإعلام المزدهرة باستخدام منتجات فايسبوك¹ وكذا للتحدث عن التزام فايسبوك بالممارسة الصحفية.

مختلف هذه المبادرات، الفعاليات، التظاهرات وكذا الخدمات- التي تطرحها فايسبوك عبر مشروعها الصحفي الذي يتم عرض كافة حيثياته وتفاصيله عبر الصفحة المخصصة له- لقيت إقبالا معتبرا، الأمر الذي دفع المهندسين إلى ضرورة بناء نظام آمن للممارسة الإعلامية ما جعل فريق الإشراف على المشروع يخصص وقفات تقييمية لمختلف المخرجات الإعلامية المقدمة لإعطاء تقييم شامل عن كل إصدار من خلال عرض جوانب القوة وتحديد مواطن الضعف واستكمال تحديثاته في إطار مبادرة ' Facebook Journalism Hakathon² ' لتفادي أية انحرافات ممكن أن تحدث قد تهدد طبيعة الممارسة الجديدة.

ج: المرحلة الثالثة: دعم التوجه الإعلامي للمشروع:

ولتشجيع الانضمام والمشاركة في المشروع الصحفي وكذا لتعزيز أدوار فايسبوك الإعلامية وحتى لتكريس تواجد الناشرين، المعلنين، الصحفيين وكذا المستخدمين على مختلف منصاتهما، تعرض صفحة المشروع العديد من قصص النجاح 'Success Stories³' ضمن نقاشات يستعرض من خلالها التجارب الإعلامية الناجحة، بحيث يتم التطرق إلى الممارسات الواجب التقيد بها واتباعها لتحقيق المنتظرات التي يتطلع إليها كل من يمارس الإعلام وتهدف فايسبوك من خلال ذلك إلى خلق تجارب متبادلة لدعم الممارسة الصحفية.

في حين هناك محادثات أخرى تستعرض المستقبل الجديد لغرف الأخبار في ظل استخدام منتجات فايسبوك، والتعرف على أبرز المهارات الواجب اتباعها في البيئة الافتراضية عند الممارسة الإعلامية⁴.

د: المرحلة الرابعة: الإطار التنظيمي والقانوني للمشروع الصحفي:

يستعرض موقع الإلكتروني للمشروع أهم المعايير التي تحكم الممارسة وأساليب النشر ضمن ما يطلق عليه 'معايير مجتمع فايسبوك للإعلام'⁵، الذي حددت فيه قوانين الممارسة في المجالات التالية التي يجب عدم تخطيها أو انتهاكها:

-المجال المحدد للمنشورات المحضرة سيما تلك المتعلقة بالتحريض على العنف والسلوك الإجرامي.

-مجال النزاهة والمصادقية في نشر وتداول المعطيات والمحتويات وحتى الخصوصية.

¹ منشور رقم 30 الصادر بتاريخ 2017/04/05،

https://web.facebook.com/pg/facebookjournalismproject/posts/?ref=page_internal

² منشور رقم 30 الصادر بتاريخ 2017/04/05.

³ فيديو رقم 18 الصادر بتاريخ 2017/04/18، محادثة مع ليز بلانك، مرجع سبق ذكره.

⁴ Future News Room, 19/09/2017, **Ibid.**

⁵ <https://web.facebook.com/business/courses/journalists>, vue le 15/05/2018 à 12 :30

- مجال احترام الملكية الفكرية لمختلف الأعضاء النشطة والمشاركة في المشروع.

- مجال خاص بالطلبات ذات الصلة بالمحتوى المعروض عبر الصفحة أو عبر مختلف الخدمات المطروحة للممارسة

الإعلامية.

وعموما، فإن تسيير الصفحة يتم من قبل مطوري مشروع الصحافة التابعين لشركة فايسبوك، وهذا المشروع يستمد شرعيته من مختلف المنظمات والهيئات وحتى الشركات الإعلامية والاقتصادية، التي تربطها شراكات تبادلية مع فايسبوك على اعتبارها شركات عضوى مساهمة في المشروع، فجملة القواعد القانونية التي تخضع لها هذه المؤسسات تضفي على المشروع الصبغة الشرعية كمحاولة من شركة فايسبوك للتهرب من مختلف الضغوطات القانونية التي قد تفرض عليها نتيجة تحولها إلى عنصر فاعل في الممارسة الإعلامية، لذا اعتمدت اللجوء إلى مثل هذه الصفقات لتفادي أية قوانين أو عقوبات قد تفرض عليها بفعل أنشطتها الإعلامية الجديدة، فضلا عن محاولة كسب تأييد وسائل الإعلام التقليدية لتفادي أي خلافات أو أزمات معها.

هذا وتنتهج الصفحة الرقمية لمشروع الصحافة سياسة في تقديم المنشورات التي تكون مرفقة بمصادرها، من خلال الروابط التي تحيل إلى مواقع المؤسسات المساهمة في نشاط معين أو من خلال الانتقال إلى موقع فايسبوك للإعلام.

وفيما يتعلق بأنماط وأساليب الانضمام للمشروع، فقد حددت فايسبوك قواعد واضحة للنشر والاستخدام والمستمدة بالأساس من معايير مجتمعها للإعلام وكذا من سياسة وشروط استخدام موقع فايسبوك بصفة عامة.

المستوى الثاني: أهداف المشروع الصحفي اعتمادا على ما تم تداوله ونشره في الصفحة:

يمكن تلخيص أهداف فايسبوك من مشروعها الصحفي بناء على ما تم استخلاصه من منشورات الصفحة الإلكترونية كالتالي:

- تحسين الأداء الإعلامي ورفع احتكارية الممارسة من طرف وسائل الإعلام، بإشراكها في صناعة إعلامية جديدة متعددة الأطراف.

- خلق خدمات ومنتجات داعمة للإعلام، مع تقديم أدوات تنافسية جديدة في السوق الإعلامية.

- إضفاء صبغة جديدة على طبيعة العلاقة بين الناشرين، الإعلاميين والمعلنين مع المتابعين من خلال تبادل الخبرات فيما بينهم.

- ضمان الجودة الإعلامية لممارسة ومنتجا وحتى ضمان الجودة في أساليب الاستهلاك.

تقدم رؤية إعلامية جديدة مختلفة كلياً عما هو مطروح في الساحة، بمنتجات، خدمات وتطبيقات تسهل الممارسة وتضمن الوصول إلى أفضل النماذج الإعلامية.

وتجدر الإشارة إلى أن صفحة مشروع فايسبوك للإعلام تنوعت منشوراتها باعتماد الوسائط المتعددة؛ من فيديوهات المقطرة بحوالي 20 مقطعاً تجمع بين القصير والطويل من ناحية المدة المستغرقة للمشاهدة، وكذا توافر الصور التوضيحية والروابط المختلفة من حيث المصادر التي تحيل إليها، ويتم التصفح بحوالي 106 لغة متاحة مع إمكانية التفاعل مع المنشورات ومع المشروع ككل عبر التعليقات أو الاشتراك ضمن الخدمات المطروحة والمذكورة ضمن المحتويات المنشورة أو حتى عبر المشاركة في الفعاليات المنظمة.

وبخصوص مختلف الاستفسارات حول المنتجات أو الاقتراحات والتوصيات المقدمة عبر الصفحة من قبل الناشرين والنشطاء ككل، يتم الرد عليها مباشرة من قبل القائمين على المشروع وكذا يتم الأخذ بعين الاعتبار جملة التوصيات المقترحة لضمان أفضل المنتجات وأفضل الممارسات الصحفية، ومن الملاحظ أن فترات النشر مرتبطة بالإصدارات أو الفعاليات المبرمجة؛ إذ يتزامن كل منشور مع تحديثات، دورات، فعاليات ولقاءات جديدة تندرج ضمن البرنامج المخصص للمشروع.

وعليه، فالمشروع الصحفي ككل يعتبر من المبادرات الجديدة في مجال الإعلام نظراً لمختلف المخرجات المقدمة والمهادفة إلى خلق تجارب وممارسات جديدة يسهم الكل فيها للوصول إلى أفضل الصناعات سيما في 'مجال الصناعة الإخبارية News Industry' التي يسعى الجميع لإنتاجها وتقديم الحلول² اللازمة لضمان نظام إخباري دولي خال من التجاوزات.

وتعتبر صفحة المشروع، بمثابة الواجهة التي تعكس مختلف التفاصيل المتعلقة بكافة المهام والأنشطة الإعلامية بحيث تعرض كافة المستجدات المتعلقة بمختلف برامجها.

وبالتالي، بما أن المشروع هو صناعة، فيجب إشراك أكثر من طرف في العملية سواء الإنتاجية أو حتى الإستهلاكية³، فالكل لديه الحق في الإعلام والمشاركة في صياغته بما يخدم المشهد وبما يعكس الوقائع باعتماد أساليب متنوعة ومتعددة تحاكي التطورات الحاصلة وتضمن أفضل التجارب للجميع، على اعتبار أن الأفراد هم الناشر، الإعلاميون، الجماهير المنتجون والمستهلكون أيضاً للمحتويات، وهذا المنطلق يعمل الذي تبناه مشروع الصحافة الذي تطرحه الصفحة التي بدورها تدعو كافة الأطراف إلى المشاركة في الممارسة الإعلامية دون إقصاء.

¹ منشور رقم 71 الصادر بتاريخ 2017/07/23،

https://web.facebook.com/pg/facebookjournalismproject/posts/?ref=page_internal

² منشور رقم 59 الصادر بتاريخ 2017/06/01، المرجع السابق نفسه.

³ منشور رقم 93 الصادر بتاريخ 2017/09/19، مرجع سبق ذكره.

ثانياً: التحليل باعتماد أدوات التحليل الأرخونومي:

تم الاعتماد على الأدوات الأرخونومية التالية في تحليل صفحة مشروع فايسبوك للصحافة:

1. الجوانب التقنية Aspects Techniques:

أ: حجم الصفحة بالنسبة لحجم الشاشة:

جدول رقم(11) الموضح لمدى تناسب تصميم الصفحة مع مختلف الشاشات.

نوع الصفحة	بالنسبة لشاشات الحاسب الآلي والشاشات اللوحية	بالنسبة لشاشات الهواتف الذكية
الصفحة الرئيسية / Home Page	تصميم متجاوب	تصميم متجاوب
الصفحات الفرعية	تصميم متجاوب	تصميم متجاوب

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول المرفق أعلاه، أن حجم الصفحة متجاوب مع كافة مقاسات الشاشات الحديثة، سواء الشاشات اللوحية، شاشات الحاسب الآلي أو حتى على مستوى شاشات الهواتف الذكية، ما يضمن إمكانية التصفح باستخدام أكثر من جهاز على اختلاف شاشاتها.

ب: نوع المنتج ووسائطه:

إن المنتج المتناول بالدراسة يتمثل في صفحة ويب تحمل تسمية 'صفحة مشروع فايسبوك للصحافة Facebook Journalism Project Page' والتي تتعدد وسائط العرض فيها بين النصوص، الصور، الفيديوهات والروابط التي تعتبر أهم العناصر التفاعلية.

ج: المرونة Accessibilité:

- من حيث سرعة التحميل:

بمجرد النقر على رابط الصفحة يتم ظهورها ضمن المتصفح في وقت وجيز، أما عن الانتقال أو الولوج للصفحة عبر الرابط المخصص لها من موقع مشروع فايسبوك للصحافة، فبدوره لا يستغرق وقتاً إذ سرعان ما يتم الانتقال المباشر إلى صفحة المشروع.

د: الأرشفة Référencement:

-بالنسبة للظهور في محركات البحث:

يكون رابط الصفحة ضمن النتائج الثلاث الأولى في محركات البحث، ضمن أول نتيجة بحثية تظهر في حال استخدام محرك البحث الشهير 'غوغل Google'.

-بالنسبة لأرشفة المحتويات والمنشورات:

يمكن متابعة مختلف منشورات الصفحة من خلال البحث الداخلي عن عناوين أو تواريخ المنشورات، أو عبر اعتماد العرض الكرونولوجي لمختلف المنشورات من الجديد إلى القديم.

و: التصفح Browsing:

يتم التصفح باستخدام الأدوات والعناصر التفاعلية المتواجدة في شكل روابط 'Links' تسمح بالإبحار بين مختلف أجزاء وأقسام الصفحة الرئيسية أو داخل الصفحات الفرعية، وتكون الروابط غالبا في شكل عناوين أو ضمن اللوغو Logo الخاص بالصفحة الذي يميل دائما إلى الصفحة الرئيسية، إضافة إلى إمكانية الإبحار عبر الصور أو الفيديوهات التي تحوي روابط للتصفح، أو من خلال روابط القوائم الموجودة إما جانبا أو قوائم التواصل الأفقية أو أسفل الصفحة.

وبالتالي تتميز صفحة مشروع فايسبوك للصحافة بمرونة التصفح وسهولة الاستخدام نظرا لاحتوائها على عناصر تعود عليها المستخدم مما يسهل تجربة استخدامه، ناهيك عن مراعاتها لجميع أصناف المستخدمين سواء مبتدئين أو محترفي تقنية.

ز: التصميم Design Graphique:

-التجانس اللوني:

تم استخدام لونين رئيسيين في كتابة العناوين والمتمثلة في اللون الأسود واللون الأزرق، وحتى من ناحية الروابط التي تظهر دائما بأحد اللونين، أما فيما يتعلق بطبيعة الخطوط المنتهجة للكتابة فهي واضحة، بارزة سواء من ناحية النصوص أو العناوين وهذا ما يسهل تجربة الاستخدام.

أنواع الخطوط ونمط الكتابة:

بالنسبة للغة العربية:

جدول رقم (12) الموضح لأنواع وأنماط الكتابة بالنسبة للغة العربية:

عناصر الصفحة	نوع الخط المستخدم	نمط الكتابة (حجم الخط)
العناوين	Calibri (corps)	11
الأقسام	Inherit	11.5
المتن	Helvetica	11.5
العناصر التفاعلية المفتاحية	Calibri (corps)	11

المصدر: إعداد الطالبتين.

بالنسبة للغات اللاتينية:

جدول رقم (13) الموضح أنواع الخطوط وأنماط الكتابة في اللغات اللاتينية.

عناصر الصفحة	نوع الخط المستخدم	نمط الكتابة (حجم الخط)
العناوين	Calibri (corps)	11
الأقسام	Inherit	10.5
المتن	Helvetica	11.5
العناصر التفاعلية المفتاحية	Inherit	09

المصدر: إعداد الطالبتين.

2. المحتوى:

من حيث التفاعلية:

تحتوي المنشورات على عدة أدوات تفاعلية من خلال العنوان الذي يحوي روابط تحيل إلى تفاصيل المحتوى المتواجد ضمن أحد أقسام الصفحات الفرعية، إلى جانب توفر كل منشور على وسائط متعددة داعمة للمضمون المقدم.

من حيث جودة الكتابة:

إن المنشورات مكتوبة بطريقة واضحة من خلال الخطوط والأنماط المنتهجة لذلك، فضلا عن تنظيمها ضمن ملفات وأقسام محددة، وفيما يتعلق بالمضامين فبالرغم من قصرها غير أنها مركزة حول أهم الأنشطة التي ينظمها المشروع.

وعليه، مما تقدم يمكن استخلاص العناصر الأروغونومية التالية:

قابلية الاستخدام:

بحيث يتلخص المظهر العام للصفحة في اعتماد الأنماط 'Fonts'، الألوان 'Colors'، الأحجام 'Size'، العناوين 'Heading' ومن خلال تفحصنا لها توصلنا إلى النتائج التالية:

تبين من خلال تفحص المظهر العام للصفحة أنها تراعي قابلية الاستخدام، فالعناوين واضحة وبارزة بنمط مميز عن نمط النص، وجميع الخطوط واضحة ضمن خلفية تتناسب مع لون النص، فضلا عن تجنب كثافة المعلومات في الصفحة، إضافة إلى أن مختلف الصفحات الفرعية تراعي الشكل والتصميم نفسه.

كفاءة الصفحة الرئيسية:

اللغو: واضح الشكل يحافظ على نفس التصميم في كافة الصفحات ويحيل إلى الصفحة الرئيسية.

الصفحة الرئيسية تعطي لمحة عامة عن كافة الخيارات المتاحة للمستخدم.

الصفحة الرئيسية دليل المستخدم وأحد عوامل جذبته للزيارة والمشاركة.

عناصر الصفحة الرئيسية سهلة التذكر والاستخدام وبسيطة من حيث التصميم.

تتيح للمستخدم تنوعا في خيارات المحتوى فضلا عن إمكانية التصفح عبر أكثر من لغة.

● إمكانية البحث عبر محرك البحث الداخلي الذي يتيح الوصول إلى الأرشيف وإمكانية استرجاعه.

واجهة المستخدم: User Interface :

تتوافر على أدوات لدعم ومساعدة المستخدم خاصة منها ما يتعلق بالخصوصية وطرائق التواصل والتفاعل مع

الصفحة.

ثالثا: التحليل السميولوجي للصفحة:

تحليل اللوغو:

● من حيث مستوى الوصف:

شعار أولوغو الصفحة مكتوب بالنسخة الإنجليزية FacebookJournalismProject متموضع أعلى الصفحة يسارا أو يمينا بحسب اللغة المختارة للتصفح، واضح من حيث نمط الكتابة ذات الحجم 15 من النوع Inherit، مكتوب باللون الأسود أعلاه صورة مربعة الشكل تحتوي أربعة أقواس صغيرة باللون الأزرق موضوعة على خلفية بيضاء.

● من حيث مستوى الإيجاء:

الشكل رقم (02) الموضح للوغو للصفحة.



المصدر: صفحة مشروع فايسبوك للصحافة.

إن اعتماد 'لوغو' بهذا الشكل الذي تمثله الصورة المربعة التي تعبر هندستها عن الأمان والمساواة وهذا ما يحاول موقع فايسبوك - من خلال المشروع الصحفي الذي طرحه والذي خصص له صفحة لذلك - تأمينه للمستخدمين، إذ يوفر العديد من الخصائص والأدوات وحتى الخدمات المساعدة على التفاعل مع ضمان خاصية الأمان الرقمي للمتصفح، إضافة إلى أن المشروع طرح ليخلق أدوارا جديدة للنشطاء في التدوين والنشر والممارسة الصحفية التي لم تعد حكرا على المهنيين، وبهذا يحاول فايسبوك إعطاء فرص متساوية للعديد من الأطراف لممارسة الإعلام وفق ضوابط وشروط جديدة.

أما عن خاصية الأمان، فقد وفرت الصفحة جملة من الشروط والقواعد الواجب اتباعها في نشر أوفي كيفية التواجد ضمن الصفحة من خلال وضع مؤشرات تضبط الممارسة.

وبما أن شكل المربع يرمز إلى النظام والرسمية، فالصفحة منظمة العناصر والأقسام وهي تابعة لهيئة رسمية تتمثل في شركة فيسبوك.

إضافة إلى ذلك، فالشكل المربع يوحي بالألفة التي خلقها موقع فيسبوك الاجتماعي مع نشطائه منذ بداية انطلاقه، وهذا ما يعكس الدافع من وراء اختيار هذا الشكل الذي يرمز أيضا إلى الذكاء كسمة تسعى فيسبوك إلى تحقيقها عبر خدماتها سيما المتعلقة بالمجال الإعلامي الذي قدمت له الجديد والإضافة، فضلا عن الإبداع الذي يوحي به الشكل، وهي خاصية تسعى فيسبوك إلى تحقيقها عبر منصتها ومنتجاتها التي تعتبر مبادرة فيسبوك للصحافة أحد هذه النماذج الجديدة التي تقدم ممارسات مختلفة في قطاع الإعلام الذي تسعى إلى إعطائه نفسا آخر بنظرة ذكية.

أما عن الأقواس التي ترمز إلى النفوذ والتميز، ففيسبوك تسعى من خلال هذه المبادرة إلى التميز عن باقي المنافسين في مجال الصحافة، بحيث تعتبر من أوائل المبادرات لدعم وتكوين الصحفيين وحتى الراغبين في الريح من الإعلانات التجارية كمصدر أساسي لمداخيل وسائل الإعلام.

إن استعمال الأقواس ضمن الشعار يوحي بالرغبة في حصر الممارسة الإعلامية ضمن الفضاء الأزرق، وقد تم استخدام هذا اللون في الأقواس للدلالة على الذكاء الذي تتطلبه الممارسة الإعلامية الجديدة التي تستدعي توظيف منتجات فيسبوك، فضلا عن العزلة كرمز يوحي به هذا اللون وهي ميزة خلقتها فيسبوك من خلال تلك العزلة والفصل بين الممارسة التقليدية والحديثة في شكل هوة رقمية.

أما التصميم العام للصفحة، فتتنظيمها لا يختلف كثيرا عن المعايير المعتمدة في إنشاء الصفحات من حيث اعتماد القوائم، الروابط، تعدد الوسائط.

أما الصورة المرفقة للصفحة، فتعبر عن طبيعة الممارسة الصحفية التي تميز النشاط الجاري على مستواها، وهذا ما يرمز إليه من خلال المعدات الإعلامية والأشخاص الواردين في الصورة غير واضح المعالم التي تدل على رغبة فيسبوك في التواصل مع أي جمهور وأي مستخدم يطمح لممارسة الإعلام كنشاط حصري تسعى فيسبوك إلى احتكاره وهذا ما تعبر عنه الأقواس ضمن الصورة.

نتائج الدراسة:

من خلال مختلف التحليلات التي أجريناها باعتماد العديد من الأدوات، كذلك انطلاقاً من المستجدات الحاصلة ومختلف المعطيات المطروحة على صعيد المشهد الإعلامي الجديد الذي يشهد تحولات بارزة خاصة في ظل دخول شركات التقنية - التي في مقدمتها شركة فايسبوك - بمختلف خدماتها ومنتجاتها مجال الصناعة الإعلامية، أين باتت تمارس الإعلام وفق أساليب جديدة.

ومنه، فقد توصلنا إلى أن شركات التقنية - بما يشمل شركة فايسبوك - تعتبر الفضاءات الإعلامية الجديدة التي تسعى إلى كسب تحدي الممارسة الإعلامية من خلال اتباعها لاستراتيجيات مختلفة وانتهاجها عدة أساليب إنتاجية وخدمائية تمكنها من الاستمرار في مجال الإعلام كسوق تتطلب تقديم أفضل المخرجات التي تكفل تحقيق صناعة إعلامية متكاملة بممارسات وأدوات جديدة.

ومن خلال تحليلنا لصفحة مشروع فايسبوك للصحافة، يتضح أن شركة فايسبوك تسعى إلى تحقيق عدة مكاسب من خلال دخولها للقطاع الإعلامي، وقد قدمت في ذلك عدة مبادرات جديدة مختلفة من حيث الممارسة والأدوات المستخدمة في صناعة المشهد الإعلامي الذي تسعى من خلاله إلى إشراك العديد من الأطراف في صياغته لإضفاء أبعاد جديدة على الممارسة الصحفية التي تأثرت كثيراً بتوجه فايسبوك الإعلامي، سيما مشروعها الصحفي الذي يسير بخطى ثابتة نحو السيطرة على القطاع، ويتجسد ذلك من خلال المنتجات المختلفة المخصصة لتسهيل الأداء الصحفي وكذا لإعطاء فرص متساوية للعديد من المتابعين للمجال تمكنهم من المساهمة في العملية الإنتاجية لمختلف المواد الإعلامية.

الإجابة عن التساؤلات:

• لماذا تتوجه شركات التقنية نحو صناعة الإعلام؟

تعتبر شركات التقنية الناشطة في قطاع الاتصالات من عمالقة المجال التقني وكذا مجال الاتصال، الذي يشهد طفرة تقنية ملحوظة بفعل مختلف التقنيات والأدوات التي تقدمها مثل هذه الشركات التي تسعى إلى لعب عدة أدوار ضمن مجالات مختلفة، ويتجسد ذلك من خلال منتجاتها المتنوعة التي يتم توظيفها في كافة المجالات والأنشطة، من هذا المنطلق لجأت شركات التقنية إلى تغيير استراتيجياتها، فبدلاً من تركيز توجهها نحو أنشطة ذات طبيعة تكنولوجية باتت تهتم بالتوسع في مجالات أخرى تحاول تكيف قواعدها بما يتوافق مع منظورها التقني.

لذا فقد توجهت شركات التقنية إلى ممارسة أنشطة ضمن أكثر المجالات المرحة على الصعيد الدولي المتمثل في قطاع الإعلام، بهدف حصد أكبر حصة سوقية ممكنة من المجال الذي يحظى بدوره باهتمام المعلنين كمصدر مالي مهم

يضمن استمرارية الممارسة الإعلامية التي تحتاج إلى مداخيل وموارد مادية تكفل توفير أفضل الأدوات التي تسهل أداء الأنشطة الإعلامية، وعليه فشركات التقنية تتجه نحو صناعة الإعلام لتحقيق مكاسب مالية تمكنها من رفع قيمتها السوقية عبر أسهمها المتداولة في البورصات العالمية التي تتيح لها فرص الاستمرار في الريادة التقنية وكذا تضمن تنفيذ مخططاتها التوسعية الرامية إلى فرض السيطرة عبر أكثر من مجال خاصة مجال الإعلام.

كما تتجه شركات التقنية نحو صناعة الإعلام لاستقطاب المزيد من المستخدمين نحو استهلاك منتجاتها من جهة وللظفر بقاعدة الجماهير التي تتمتع بها وسائل الإعلام التقليدية من جهة أخرى وتوجيهها نحو استهلاك الإعلام الجديد الذي تنتجه هذه الشركات وتشرك في ذلك المستخدمين بهدف خلق أبعاد غير مسبقة على الصناعة الإعلامية التي باتت مفتوحة المصدر لتعدد الممارسين.

هذا وتتجه شركات التقنية إلى تقديم رؤية إعلامية جديدة من ناحية أساليب الاستهلاك والإنتاج وكذا لدعم الممارسات الصحفية وتسهيلها بتقديم منتجات تكفل الجودة في الأداء وتغيرا في أنماط الاستهلاك وحتى إعطاء دفع جديد لأشكال الإنفاق على صناعة الإعلام من جهة، وأساليب الطلب على المنتجات من جهة أخرى.

كما تسعى شركات التقنية من دخولها للصناعة الإعلامية، إلى تحقيق تكاملية بين الإعلام والتقنية لبناء مجال جديد يسهم الكل في صياغته.

● ماهي الآليات التي تتبعها هذه الشركات للدخول إلى قطاع الإعلام؟

تنتهج شركات التقنية عدة أساليب للولوج في قطاع الإعلام، التي تلخص في جملة من الخدمات، التطبيقات، المنتجات، المنصات والأدوات الرقمية التي تقدمها كآليات جديدة للممارسة، إلى جانب سلسلة الصفقات والشراكات وكذا سياسة الاستحواذات على هيئات إعلامية بهدف إعادة إطلاق الصناعة الإعلامية وفق نماذج جديدة تعتمد على الأدوات التقنية، فضلا عن إنشاء فرق متخصصة في مجال الإعلام الرقمي والإنتاج الإعلامي ككل وانتهاج سياسات ووضع مناهج إعلامية جديدة تقترح أفضل الممارسات المعتمدة على منتجات تقنية كأهم الآليات التي تبناها شركات التقنية ضمن استراتيجياتها الموجهة نحو قطاع الإعلام.

● كيف انعكس توجه شركات التقنية نحو الممارسة الإعلامية على المشهد الإعلامي ككل؟

إن دخول شركات التقنية في الممارسة الإعلامية، أدى إلى إحداث تطورات وتغيرات بارزة، سيما على مستويات الأداء المهني 'الممارسات' التي باتت تتمحور حول استخدامات المنصات الرقمية كأحد أبرز منتجات شركات التقنية، وهذا ما غير من طبيعة وجودة المحتويات الإعلامية المطروحة، بحيث تعتبر شركات التقنية الطرف الذي قدم الإضافة للمجال عبر منتجاتها التي تستدعي القيام بممارسات معينة.

وكمحصلة لهذه الممارسات التي تقودها شركات التقنية، فقد تأثر المشهد الإعلامي من حيث الخصائص ومن حيث الوسائل، بحيث بات يتمتع بقوة التأثير أكثر من ذي قبل بفعل مقومات البيئة الافتراضية التي منحتة فرصة للانطلاق من جديد من خلال إعادة هيكلة الممارسة وترتيب المعطيات وفقا لمنظومة جديدة تركز على أشكال وتقنيات حديثة ترسم معالم مختلفة للمشهد الإعلامي.

وقد تغير المشهد الإعلامي جراء هذه الممارسات، من حيث تغير أنماط الكتابة والتحرير، كما تطور تقنيا عبر تبنيه لعدة أشكال تفاعلية حديثة، وبالتالي فالمسار الإعلامي قد تغير أيضا أين نلاحظ فيه تماهي الحدود بين المنتجين المهنيين والمستهلكين الجماهير.

• فيما تكمن تداعيات هذه الممارسات على مستوى شركات التقنية في حد ذاتها؟

إن الممارسات الإعلامية لشركات التقنية مكنتها من توفير منتجات متعددة الخصائص والاستخدامات، هذا ما أدى بتنوع خدماتها وأدواتها التي مكنتها من جني الأرباح في ظرف قياسي نتيجة رفع الإنتاجية فيما يتعلق بمجال الإعلام، ناهيك عن تزايد عدد مستخدمي منتجاتها الذي أدى إلى إقبال المعلنين على الاستثمار وبناء شركات مع هذه المؤسسات التكنولوجية التي قامت بالتوسيع من دائرة علاقاتها مع وسائل الإعلام وحقق ذلك انتشارا ضمن نطاقات عالمية.

لكن اهتمامها بمساعيها الربحية من القطاع، جعلها تتغافل عن وضع ضوابط تحكم الممارسة أو تحدد معالمها مما أدى إلى ظهور انحرافات مست الممارسة من جوانب مصداقية المنشورات والمحتويات المتداولة عبر المنصات الاجتماعية- سيما منصة فيسبوك- بفعل تفشي ظاهرة الأخبار الكاذبة، إضافة إلى ذلك، فقد أهملت شركات التقنية تحديثات خوارزميات خدماتها ما جعل مستخدميها عرضة للانتهاكات في فضيحة لم يسبق لها مثيل، ما دفع العديد من المؤسسات الإعلامية خاصة فيسبوك إلى الانسحاب تدريجيا من الممارسة الإعلامية والتحول من منافس شرس لوسائل الإعلام إلى داعم لها عبر إمدادها بالوسائل اللازمة لضمان مستوى أداء عال إعلاميا.

في حين توجد شركات تقنية لازالت تمارس الإعلام الذي تعتبره رهانا جديدا سيما تلك الشركات الناشطة في مجال البث الرقمي الذي يعتبر الورقة الراجحة التي تراهن عليها شركات التقنية في إطار ممارساتها الإعلامية.

خاتمة

من خلال دراستنا التحليلية التي سعيينا عبرها إلى تسليط الضوء على الممارسات الإعلامية الجديدة لشركات التقنية، بحيث اعتمدنا في إنجازها على عدة أدوات تحليلية التي مكنتنا من التوصل إلى تلك الأنماط، الآليات والأشكال الجديدة التي تقدمها شركات التقنية في إطار توجيهها نحو صناعة الإعلام كمجال خصب قابل للتكيف مع كافة المعطيات والتطورات الحاصلة.

وقد تناولنا هذا الموضوع باعتماد قراءات تحليلية لمختلف الأنشطة والأدوار الجديدة التي تتبناها شركات التقنية في ظل تحولها نحو الصناعة الإعلامية.

لذا حاولنا الإحاطة بكافة الجوانب المتعلقة بالممارسات الجديدة، فمن الناحية الاقتصادية قمنا بتغطية أهم الأرباح المحققة من طرف شركات التقنية في مجال الإعلام، سيما مداخيلها من الإعلانات فضلا عن النفقات المخصصة لإنتاج مخرجاتها.

أما من الناحية التقنية فاستعرضنا مختلف التطبيقات، الخدمات، المنصات والأدوات التكنولوجية التي تقدمها شركات التقنية ضمن برنامجها الداعم للصناعة الإعلامية، إضافة إلى الجوانب الفنية المتعلقة بأنماط التحرير والكتابة الصحفية التي باتت تعتمد على نمط القصص الخبرية في عرض المحتويات الرقمية التي ينتجها عدة أطراف، الأمر الذي خلق مشاكل وأزمات على مستوى نوعية المحتوى المقدم الذي أثرت عليه الأخبار المغلوطة، كما ظهرت قضايا أخرى تواجه شركات التقنية في مسارها الإعلامي الجديد نتيجة تغافلها عن توفير الخصائص اللازمة لحماية نشاطها الذين أصبحوا عرضة لانتهاكات رقمية.

وبالتالي، فشركات التقنية أحدثت تطورات وتأثيرات بارزة في قطاع الإعلام، وبقدر تأثيرها على الممارسات تأثرت بدورها من هذا التوجه الجديد نحو صناعة الإعلام.

وعليه وبناء على ما تم استعراضه من تحليلات، يمكن القول أن الممارسات الإعلامية الجديدة تبقى رهينة التطورات التقنية التي تتحكم فيها شركات التقنية، إذ تسعى من خلالها إلى إعطاء صبغة جديدة على الأدوار والممارسات الإعلامية، من خلال المنتجات التي تطرحها وعبر أساليب العمل التي تقترحها لإعطاء دفع جديد للمجال بما يتماشى مع مقتضيات البيئة الافتراضية ومتطلبات الإعلام الرقمي الذي يعد الملعب الجديد الذي تسعن خلاله شركات التقنية إلى تحقيق الريادة عبر محاولاتها لبناء نموذج إعلامي بممارسات استثنائية.

المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية.

أولاً - الكتب.

1. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومنهجه، ط5، وكالة المطبوعات، الكويت.
 2. أحمد مرسلبي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
 3. بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلالي، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2004.
 4. حسن الساعاتي، تصميم البحوث الاجتماعية، نسق منهج جديد، دار النهضة العربية، بيروت، 1982، نقلا عن حموش عبد الرزاق.
 5. مركز العجيلي، البحث العلمي أساليبه وتقنياته، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 2002.
 6. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام... الأسس والمبادئ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 1986.
 7. سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، غزة، فلسطين، 2003، نقلا عن بوكابو سيف الدين وآخرون: مذكرة لنيل شهادة الماستر (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، الاندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي، جامعة قالمة، 2016-2017. تورستن فريكه، أولريش نوفاك، ترجمة عدنان عباس علي، ملف غوغل، عالم المعرفة، 2017.
 8. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، نقلا عن Nicholas Negroponte, Being Digital Publisher Vintage, U.S.A, 1996 .
 9. مادلين غرافيتز نقلا عن فريدريك معتوق، منهجية العلوم الاجتماعية عند العرب وفي الغرب، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ببيروت، 1985، نقلا عن حموش عبد الرزاق: مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال العلاقات الفرنسية الجزائرية في الصحف اليومية الفرنسية و الجزائرية، جامعة الجزائر، 2013-2014.
 10. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012 .
 11. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية)، ترجمة مصطفى ماضي، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006.
- ثانياً - الرسائل والأطروحات.
1. سيف الدين بوكابو وآخرون: مذكرة لنيل شهادة الماستر (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال الإندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي، جامعة قالمة، 2017-2016.

2. عبد الرزاق حموش: مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال العلاقات الفرنسية الجزائرية في الصحف اليومية الفرنسية و الجزائرية، جامعة الجزائر، 2013-2014. ثالثا-القواميس.

1. محمد يعقوب الفيروز، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008. المراجع باللغة الأجنبية.

1. Artur Lugmayr and Cinzia Dal Zatto, **Media convergence Hand book**, journalism,drodcasting,social media aspect of convergence, media business and innovation, Germany, 2016.

2. Alexander Robertsand others, **Edinburgh Business School HERIOT – WATT UNIVERSITY, 2016.**

<https://www.ebsglobal.net/EBS/media/EBS/PDFs/Mergers-Acquisitions-Course-Taster.pdf>

3. Pavlik, John V. **New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives**, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, Second Edition, 1998.

4. Sandra Diehl and Matthias Kar masim, **Media and Convergence Management**, Springer Heidelberg, New York, 2013.

مواقع الإنترنت.

1. أبو شكرا رندا، من هو المُخبر المبلِّغ عن فضيحة كامبريدج اناليتيكا وماذا يقول؟، 2018/03/28،

<http://arabic.euronews.com/2018/03/28/who-is-christopher-wylie-the-whistleblower-of-the-scandal-of-cambridge-analytica>

2. أحمد الخضر، تويتر تعلن عن برنامج شراكة مع وسائل الإعلام، 2013/05/24،

[https:// aint news.com/2013/05/24/](https://aintnews.com/2013/05/24/)

3. أحمد الخضر، فيسبوك تعلن رسميا عن شبكة الإعلانات، 2014/05/1،

<https://aitnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/aitnews.com/amp>

4. أحمد الزهراني، نتفليكس تعاني من التباطؤ في أعداد المشتركين، 2016/07/19،

<https://www.tech->

[wd.com/wd/2016/07/19/%D9%86%D8%AA%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B3-%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%B7%D8%A4-%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF-%/D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4](https://www.tech-wd.com/wd/2016/07/19/%D9%86%D8%AA%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B3-%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%B7%D8%A4-%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF-%/D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4)

5. أحمد عنتر، غوغل تعلن عن خدمة تلفزيون يوتيوب تي في، 2017/03/01،

<https://aitnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/aitnews.com/2017/03/01/%D8%A>

6. أحمد عنتر، فيس بوك تريد تعليم وسائل الإعلام كيفية استعمال منصتها، 2017/04/10،

<https://aitnews.com/2017/04/10// / فيس-بوك-تريد-تعليم-وسائل-الإعلام-كيفية/>

7. أحمد عنتر، فيسبوك تبحث إمكانية إطلاق نسخة مدفوعة من الشبكة الاجتماعية، 2018 /05/5

<https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83->

[/ %D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-](https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-)

[/ %D8%A5%D9%85%D9%83%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-](https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A5%D9%85%D9%83%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-)

[/ %D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-](https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-)

[/ %D9%86%D8%B3%D8%AE%D8%A9-](https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%86%D8%B3%D8%AE%D8%A9-)

[/ %D9%85%D8%AF%D9%81%D9%88%D8%B9%D8%A9/](https://aitnews.com/2018/05/05/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%86%D8%B3%D8%AE%D8%A9-%D9%85%D8%AF%D9%81%D9%88%D8%B9%D8%A9/)

8. أحمد عنتر، ماهو يوتيوب الأحمر؟، 2015/10/23،

<https://aitnews.com/2015/10/23/ / ما-هو-يوتيوب-الأحمر/>

9. أحمد عنتر، مايكروسوفت تكتشف ثغرة في متصفح كروم، 2017/10/20،

<https://aitnews.com/2017/10/20// / مايكروسوفت-تكتشف-ثغرة-في-متصفح-كروم/>

10. أحمد عنتر، مايكروسوفت تكتشف ثغرة في متصفح كروم، 2017/10/20،

<https://aitnews.com/2017/10/20// / مايكروسوفت-تكتشف-ثغرة-في-متصفح-كروم/>

11. إسراء حسني، شركة أمريكية تقدم أسرع إنترنت في العالم للمنازل، 2014/12/29، تم التصفح بتاريخ

2017/10/15 بتوقيت 14:00،

<https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9->

[/ %D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-)

[/ %D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-)

[/ %D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-)

[/ %D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-)

[/ %D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-)

[/ %D9%84%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B2%D9%84-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B2%D9%84-)

[/ %D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B2%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7)

[/ %D8%AA-](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B2%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA-)

[/ %D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9/2007761](https://m.youm7.com/story/2014/12/29/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B2%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9/2007761)

12. إسراء حسني، فيس بوك تعقد اجتماعا طارئا مع الموظفين لمناقشة أزمة تسريب البيانات،

2018/03/20،

<https://www.youm7.com/story/2018/3/20/ / فيس-بوك-تعقد-اجتماعا-طارئا-مع-الموظفين-لمناقشة-أزمة-تسريب-البيانات/>

12. إسماعيل عزام، صحافة فايسبوك وبناء الثقة مع وسائل الإعلام،
Aljazeera.net/ ar/ ajr/ articale/ 2071/07/17016080939333.html/
13. أمينة حسني، كل ما تود معرفته عن اللائحة العامة لحماية البيانات **GDPR**، 2018/05/27،
https://aitnews.com/2018/05/27-gdpr-اللائحة-العامة-لحماية-البيانات-
14. أنس المعراوي، أثر وسائل الإعلام الاجتماعية على ريادة الأعمال في العالم العربي، 2012/10/04،
https://aitnews.com/2012/10/04/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-
%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-
%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-
%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-
%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8
/A%D8%A9
15. تامر عمران، غوغل تطلق أداة جديدة لحفظ الصفحات على كروم، 2016/04/14،
https://www.tech-wd.com/wd/2016/04/14/%D9%82%D9%88%D9%82%D9%84-
%D8%AA%D8%B7%D9%84%D9%82-%D8%A3%D8%AF%D8%A7%D8%A9-
%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9-
%D9%84%D8%AD%D9%81%D8%B8-
%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%81%D8%AD%D8%A7%D8%AA-
%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85/
16. تميم عبيد، نتفليكس خدمة لعرض الأفلام والمسلسلات، 2016/08/07،
https://www-enabbaladi-net.cdn.ampproject.org/v/s/www.enabbaladi.cdn.ampproject.org/v/s/www.enabbaladi
.net/archives/96357/amp
17. جمال الزرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، جامعة
قطر، 2017،
http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html
18. حسين موسى، عدد مستخدمي انستغرام يتجاوز 700 مليون شخص، 2017/04/26،
https://www.electroney.net/289229/%D8%B9%D8%AF%D8%AF%D9%85%D8%B3
%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A-instagram-
%D9%8A%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%88%D8%B2-700-
%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%B4%D8%AE%D8%B5/
19. خالد عاصم، 200 مليون مستخدم إضافي لتطبيق انستغرام والسبب هو خاصية "القصص
اليومية"، 2017/09/26،
https://www.arageek.com/tech/2017/09/26/instagram-new-users-record.html
20. خالد غزال، ملف غوغل: يكشف أسرار أسطورة العصر، 2017/10/8،

<http://www.alhayat.com/article/885384/-%D9%85%D9%84%D9%81-%D8%BA%D9%88%D8%BA%D9%84-%D9%8A%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%B1-%D8%A3%D8%B3%D8%B7%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AB>

21. رشيد سعيد قرني، نتفليكس تسحب أفلامها من مهرجان كان السينمائي، 2018/04/12.

<http://arabic.euronews.com/2018/04/12/netflix-to-pull-all-movies-from-cannes-film-festival>

22. رياض ياسمينه، "تويتر" حاولت الاستحواذ على "تويسي" لسنوات عديدة، وهنا أسباب فشلها، 4 ديسمبر 2013.

<http://ar.itp.net/595889>

23. زهراء مجدي، سيغنال: خدمة فايسبوك الجديدة للصحفيين وصناع المحتوى، 2015/09/21.

<https://www.sasapost.com/signal-new-facebook-service-for-journalists-and-content-makers/>

24. سمير سليم، خدمة نتفليكس تغطي رسميا أغلب المنطقة العربية.. فتعرف عليه، 2016/01/07.

<httpswww.arageek.com/tech/2016/01/07/all-what-you-need-to-know-about-netflix.html>

25. عمر أحمد، إحصائيات تويتر في العالم العربي -2017-weedoo

[tech.cdn.ampproject.org/v/s/weedo.tech/%D8%A5%D8%A](https://weedoo-2017-tech.cdn.ampproject.org/v/s/weedo.tech/%D8%A5%D8%A)

26. عاصم عبد الملك، تقرير عن أفضل منصات عرض الأفلام والمسلسلات في الشرق الأوسط والعالم، 2018/02/04.

<https://www.sharingkanal.com/2018/04/best-movies-platfroms-in-world.html?m=1>

27. عماد أبو الفتوح، محاضرات تيد تشرح لك قوة وتأثير شبكات التواصل، 2017/07/24.

<http://midan.aljazeera.net/reality/community/2017/7/24/%D9%85%D8%AD%D8%A7%D8%B6%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%8A%D8%AF-%D8%AA%D8%B4%D8%B1%D8%AD-%D9%84%D9%83-%D9%82%D9%88%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84>

28. علي عبدو، أفضل التطبيقات العربية والأجنبية التي تقدم خدمة تلخيص الأخبار، 2017/07/05،
<https://www.arageek.com/tech/2017/07/05/top-news-apps.html>
29. فراس اللو، بين فيسبوك وآبل: مالا تعرفه عن شركات التقنية، 2017،
<http://midan.aljazeera.net/miscellaneous/technology/2017/8/1/-تعرّفه-عن-شركات-التقنية-الكبرى>
30. لبيب شائف محمد، صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها، المركز الوطني للمعلومات، القاهرة، 2006:
<https://www.yemen-nic.info/files/informatics/studies/22.pdf>
31. محمد السيد، زوكربيرغ يكسر صمته حول قضية كامبريدج أناليتيكا ويعترف بخطأ فيسبوك، 2018/03/22،
<https://tech-echo.com/2018/03/zuckerberg-cambridge-analytica-facebook-situation/142>.
www.google.com/amp/s/arabic.cnn.com/tech/2018/03/02/mark.zuckerberg-combridge-analytica-response%3famp#ampshare/
32. محمد حبش، أمازون ترفع سعر الاشتراك الشهري في برايم إلى 12.99 دولار، 2018/01/19،
<https://www.tech-wd.com/wd/2018/01/19/%D8%A3%D9%85%D8%A7%D8%B2%D9%88%D9%86-%D8%AA%D8%B1%D9%81%D8%B9-%D8%B3%D8%B9%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%87%D8%B1%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D8%B1%D8%A7/amp/>
33. محمد حبش، فيسبوك تطلق كورس تعليمي للصحفيين في الشبكات الاجتماعية،
<https://www.tech-wd.com/wd/2017/04/10/%D9%81%D9%8A%D8%B320170/04/10>
34. محمد مصطفى، 10 معلومات لا تعرفها عن عملاق التكنولوجيا IBM، 2016/08/13،
<https://m.youm7.com/story/2016/8/13/10-%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D9%84%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%86-%D8%B9%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-IBM/2840409>
35. محمد نبيل عبد النبي، شركة أمريكية تقدم مفهوما لتوفير خدمات الاتصال مجانا، 2013/10/10،
<https://aitnews.com/2013/10/01/%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%AF%D9%85-%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%D8%A7%D9%8B-%D9%84%D8%AA%D9%88%D9%81%D9%8A%D8%B1-%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7/>

36. محمود حسين، إحصائيات مشاهدة عروض نتفليكس خلال عام 2017، 2017/12/24،
<https://www.arageek.com/art/2017/12/21/statistics-from-netflix-2017.html>
37. محسن الإفنجي، الإعلام والتكنولوجيا.. من يقود من؟، 2018/05/15،
<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/opinion/2018/05/180515032115986.html>
38. مؤنس حواس، فيس بوك يقاتل من أجل البقاء.. 8 إجراءات اتخذها "مارك زوكربيرغ" لحل الأزمة، 2018/04/10،
<https://www.youm7.com/story/2018/4/10/-8-أجل-البقاء-من-أجل-بوك-يقاتل-من-أجل-البقاء-8-إجراءات-اتخذها-مارك>
39. مصطفى يسري، أيهما سيفوز في معركة البث؟ نتفليكس أم وافو، 2017/10/14،
<https://www.samma3a.com/tech/ar/wavo-vs-netflix>
40. مناف قومان، فيسبوك سينضم لصناع المحتوى المرئي، كيف سيؤثر على التلفاز؟، 2017/05/28،
<https://www.noonpost.org/content/1908>،
41. نسرين حسونة، تحليل المضمون (مفهومه، محدداته، استخداماته)، 2014/05/01، تم التصفح بتاريخ
2018/05/29 بتوقيت 08:30،
<http://www.alukah.net/culture/0/70020>،
42. نواف التميمي، نموذج التواصل السياسي لكامبريدج أناليتيكا؛ فبركة الأخبار وهندسة الجمهور، مركز الجزيرة للدراسات، معهد الدوحة للدراسات العليا، 2018،
<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/05/180508093028286.html>
43. هادي أحمد، معلومات وحقائق عن خدمة نتفليكس لم تكن تعرفها من قبل، 2017/07/21،
<https://www.samma3a-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.samma3a.com/tech/ar/netflix-facts>
44. وليد حمود، المقالات الفورية، 2016/09/25،
<https://sitesuccessful-com.cdn.ampproject.org/v/s/sitesuccessful.com/facebook-instant>
45. الاتحاد الأوروبي يمهل فيسبوك أسبوعين لشرح فضيحة اختراق الخصوصية: موظف سابق في كامبريدج أكد دورها الحاسم في بريكست، 2018/03/28،
<https://aawsat.com/home/article/1219356/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%AD%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A8%D9%8A-%D9%8A%D9%85%D9%87%D9%84-%C2%AB%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%D8%B2%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D9%88%D8%B9%D9%8A%D9%86-%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%AD-%D9%81%D8%B6%D9%8A%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D8%AE%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%82->

%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B5%D9%88%D8%B5%D9%8A%D8%A9

46. "فيس بوك": عدد المستخدمين يتضاعف مقارنة بـ 2012 ويصل إلى مليارين، 2017/08/18،

<http://www.france24.com/ar/20170628-%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%85%D8%A7%D8%B1%D9%83-%D8%B2%D9%88%D9%83%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%BA-%D8%AA%D8%B6%D8%A7%D8%B9%D9%81-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A%D9%86>

47. أسهم سناب تشات تقفز 40 بالمئة في بداية تداولها في بورصة نيويورك، 2017/03/03،

<http://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-39149470>

48. أمازون قصة أكبر متجر عبر الإنترنت، 2017/02/11،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2017/2/8/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%A7%D8%B2%D9%88%D9%86>

49. إمبراطورية نتفليكس هل ستغير مفهوم صناعة الأفلام، 2017، <https://www.sasapost.com/how-netflix-2017-has-changed-the-cinema-industry/>

50. أول تراجع بعدد مستخدمي فيس بوك بأميركا وكندا، 2018/02/03،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2018/2/3/أول-تراجع-بعدد-2018/2/3>

مستخدمي-فيس بوك-بأميركا-وكندا

51. أولى الإجراءات لحل أزمة فيس بوك واستعادة ثقة المستخدمين، 2018/04/11،

<https://taqnia24.com/2018/04/11//أولى-الإجراءات-لحل-أزمة-فيس-بوك-واستعا/>

52. أي تي أند تي تشتري "دايركت تي في" بـ 50 بليون دولار، 2014/05/19،

<http://www.alhayat.com/article/559371/-%D8%A3%D9%8A-%D8%AA%D9%8A-%D8%A3%D9%86%D8%AF-%D8%AA%D9%8A-%D8%AA%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%8A-%D8%AF%D8%A7%D9%8A%D8%B1%D9%83%D8%AA-%D8%AA%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A8-50-%D8%A8%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1>

53. أي تي أند تي تعلن استحواذها على تايم وارنر مقابل 86 مليار دولار، 23 أكتوبر 2016،

http://www.bbc.com/arabic/business/2016/10/161022_time_warner_shares

54. إيرادات فيسبوك في الربع الثالث تتخطى 7 مليارات، 2016،

http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2016/11/3/%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A8%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%AB-%D8%AA%D8%AA%D8%AE%D8%B7%D9%89-7-%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%85%D9%84%

55. إيه تي أند تي تمتلك "دايركت تي في"، 2014/05/19،

<https://www.skynewsarabia.com/business/661877-%D8%A7%D9%95%D9%8A%D9%87-%D8%AA%D9%8A-%D8%A7%D9%93%D9%86%D8%AF-%D8%AA%D9%8A-%D8%AA%D8%AA%D9%85%D9%84%D9%83-%D8%AF%D8%A7%D9%8A%D8%B1%D9%83%D8%AA-%D8%AA%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%8050-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1>

56. بعد الكونغرس، إدارة فيسبوك تواجه البرلمان البريطاني، 2018/04/28، تم التصفح بتاريخ 2018/05/25 على الساعة ال15:00،

<https://arabic.rt.com/it/941072-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%86%D8%BA%D8%B1%D8%B3-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%86%D9%8A/>

57. تطبيق "فليب بورد" التصفح بمنتهى السهولة والجمال، 3768 http://wain.me/business-technology/

58. توجهات الإنترنت في عام 2018، إحصائيات وحقائق في الولايات المتحدة وحول العالم، تم التصفح بتاريخ 2018/05/15 على الساعة 02:30،

<https://ar.vpnmentor.com/blog/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%A7%D9%85-%D9%85%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D8%AA-%D9%81/>

58. تويتر يختبر زيادة الحد الأقصى للتغريدة إلى 280 حرفاً، 2017/09/27،

<https://amp.france24.com/ar/20170927->

%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-
%D8%AA%D8%BA%D9%8A%D9%8A%D8%B1-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-
%D9%83%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-
%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-
%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-
%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D
9%8A-%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D8%AA

59. الجزيرة تطلق قناتها على انستغرام بمحتوى تفاعلي جديد، 2017/09/28،

<https://network.aljazeera.com/ar/pressroom/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%AA%D8%B7%D9%84%D9%82-%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%AA%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF>

60. خدمة بث الأفلام والمسلسلات أمازون برايم فيديو متاحة في أكثر من 200 دولة، 15 ديسمبر 2016،

<https://www.electroney.net/281765/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A8%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%A7%D8%AA-amazon-prime-video-%D9%85%D8%AA%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7/>

61. خدمة جديدة.. أمازون برايم منصة لمشاهدة الأفلام، ديسمبر 2015،

<https://www.radiosawa.com/a/watch-films-on-amazon-/289122.html>

62. رويترز: فيسبوك توقع صفقات لتقديم محتوى فيديو حصري على شبكاته الاجتماعية، 2017/05/27،

<https://www.alwasatnews.com/news/1244439>،

63. زوكربيرغ يعتذر أمام الكونغرس ويتجنب بعض الأسئلة، 2018/04/11،

<http://www.aljazeera.net/news/international/2018/4/11/%D8%B2%D9%88%D9%83%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D8%BA-%D9%8A%D8%B9%D8%AA%D8%B0%D8%B1-%D8%A3%D9%85%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%86%D8%BA%D8%B1%D8%B3-%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%AC%D9%86%D8%A8->

%D8%A8%D8%B9%D8%B6-

%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%A6%D9%84%D8%A9

64. سناب تشات تكشف عن نظارة بكاميرا فيديو، 2016/9/24، تم التصفح بتاريخ 2017/10/19 بتوقيت 10:00،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2016/9/24/%D8%B3%D9%86>

%D8%A7%D8%A8-%D8%B4%D8%A7%D8-AA-

%D8-AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-

%D9%86%D8%B8%D8%A7%D8%B1%D8%A9-

%D8%A8%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%B1%D8%A7-

%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88

65. سيميولوجيا النص والخطاب، 05/23، تم التصفح بتاريخ 2018/05/28 بتوقيت 21:00،

http://ostadabayoucef.blogspot.com/2013/05/blog-post_23.html

66. شراكة فايسبوك وأبل، 2015/01/13 تكنولوجيا [www. Ra2ed.com/ 296994/](http://www.Ra2ed.com/296994/)

67. شركة سيسيس إكس تخطط لإطلاق خدمة الإنترنت الجديدة، 2017، تم التصفح بتاريخ 2017/10/15 بتوقيت 15:44،

<https://mostaqbal.ae/spacex-just-laid-out-a-plan-to-give-everyone-internet-access/>

68. عدد مستخدمي تويتر بلغ نصف مليار واللغة العربية تحتل المرتبة السادسة، 2012/07/31، [https://amp-](https://amp-france24-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.france24.com/ar/20120731-%D8%A)

[france24-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.france24.com/ar/20120731-%D8%A](https://amp-france24-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.france24.com/ar/20120731-%D8%A)

69. غوغل إمبراطورية المعلومات العالمية، 2015/11/23،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2015/11/23/-غوغل-إمبراطورية-المعلومات>

العالمية

70. فايسبوك عدو الصحافة.. بات حليفا لها، 2017/01/14، <https://yemen-press.com/news89569.html>،

71. فيرايزون تستحوذ على ياهو مقابل 4.8 مليار دولار، 2017، تم التصفح بتاريخ 2017/4/3 بتوقيت 10:00،

<https://www.alarabiya.net/ar/aswaq/companies/2016/07/25/->

%D9%81%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%8A%D8%B2%D9%88%D9%86-

%D8-AA%D8%B3%D8-AA%D8%AD%D9%88%D8%B0-

%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%8A%D8%A7%D9%87%D9%88-

%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%A8%D9%84-4-83-

%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-

%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1.html

72. فيرايزون للاتصالات لمحة تاريخية، 2018/06/09، تم التصفح بتاريخ 2018/06/09 على الساعة 06:37،

<http://w.mdar.co/detail1081089.html>

73. فيس بوك: " عدد المستخدمين يتضاعف مقارنة بـ 2012 ويصل إلى مليارين، 2017/08/18، <https://amp-france24-com.cdn.amproject.org/v/s/amp.france24.com/ar/20170628>
74. فيس بوك ترى مستقبلا في الواقع الافتراضي، 2017، <https://www.alhurra.com/a/vr-facebook/344139.html>
75. فيس بوك تطلق مشروع الصحافة لتعزيز علاقتها بالإعلام، <http://www.al.jazeera.net/news/scienceandtechnology/>
76. فيس بوك تطلق مشروعا لمساعدة الصحف الأميركية المحلية، 2018/02/27، <https://www.alarabiya.net/ar/technology/2018/02/-/فيسبوك-تطلق-مشروعا-لمساعدة-الصحف-الأميركية->
77. فيس بوك تعلن عن مشروع الصحافة لتعزيز علاقتها مع الإعلام الإخباري، 2017/01/12، <https://abumahjoobnews.com/2017/01/12/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%86-%D8%B9%D9%86-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D8%B9/>
78. فيس بوك من منصة للشائعات إلى مركز للأخبار، <http://www.aljazeera.net/programs/in-depth/2010/4/21/%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9>
79. فيس بوك والجدل حول تأثير روسيا على الانتخابات الأمريكية، 2017/10/31، <https://www.youtube.com/watch?v=hs90LiFzXdE>
80. فيس بوك يعقد شراكات موسيقية، 2018/03/10، <https://arabic.sputniknews.com/mosaic/201803101030642060-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%B9%D9%82%D8%AF-%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%A9-%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9/>
81. فيس بوك يغير خوارزميته - الشركات والعلامة التجارية أكثر المتضررين، 2017، <https://amp-dw-com.cdn.ampproject.org/v/amp.dw.com/ar/%D9%81%D9%88>
82. فيس بوك يواجه الأزمة الأسوأ في تاريخه بعد تسريبات بيانات المشتركين، 2018/03/23،

http://www.masrawy.com/news/news_publicaffairs/details/2018/3/23/1289086/-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D9%88%D8%A3-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE%D9%87-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D9%81%D8%B6%D9%8A%D8%AD%D8%A9-%D8%AA%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%A8-%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D9%86

83. فيسبوك يواجه لحظة الحقيقة، 2018/03/24،

<http://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2018/3/24/الحقيقة-لحظة-يواجه-فيسبوك>

84. كيف تحول فايسبوك إلى منصة لنشر الأخبار والشائعات،

<http://midan.aljazeera.net/miscellaneous/technology/2017/2/13/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%B0%D8%A8%D8%A9/>

85. ماذا تعرف عن سناب تشات؟، 2017/05/24،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2017/5/27/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%B3%D9%86%D8%A7%D8%A8-%D8%B4%D8%A7%D8%AA>

86. مزود خدمة الإنترنت، تم التصفح بتاريخ 2017/12/15 على الساعة 19:00،

<http://arab-ency.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D9%88%D8%AB/%D9%85%D8%B2%D9%88%D8%AF-%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA>

87. مستقبل فيسبوك بعد فضيحة تسريب بيانات المشتركين، 2018/03/23،

<http://www.almasryalyoum.com/news/details/1273514>

88. معهد رويترز لدراسة الصحافة، 2016 نقلا عن العربي الجديد، رويترز: اضطرابات مقبلة ستعصف بالمؤسسات الإعلامية، 18 جوان 2016،

<https://www.alaraby.co.uk/medianews/2016/6/18/%D8%B1%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1%D8%B2-%D8%A7%D8%B6%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%A-%D9%85%D9%82%D8%A8%D9%84%D8%A9-%D8%B3%D8%AA%D8%B9%D8%B5%D9%81-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9>

89. مفهوم الاندماج الرقمي والتقارب بين وسائل الإعلام **Media Convergence** ، 2016/11/04 ،

<http://themediexpert.org/2016/11/04/ مفهوم-الاندماج-الرقمي-والتقارب-بين-وس/>

90. من الجيل الخامس إلى الواقع المعزز... أكثر التقنيات إثارة في عام 2018: اتصالات سريعة ومساعدات ذكية وروبوتات اجتماعية، 2018/01/09،

<https://aawsat.com/home/article/1137286/%25D9%2585%25D9%2586-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AC%25D9%258A%25D9%2584-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AE%25D8%25A7%25D9%2585%25D8%25B3-%25D8%25A5%25D9%2584%25D9%2589-%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2588%25D8%25A7%25D9%2582%25D8%25B9-%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2585%25D8%25B9%25D8%25B2%25D8%25B2-%25D8%25A3%25D9%2583%25D8%25AB%25D8%25B1-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AA%25D9%2582%25D9%2586%25D9%258A%25D8%25A7%25D8%25AA-%25D8%25A5%25D8%25AB%25D8%25A7%25D8%25B1%25D8%25A9-%25D9%2581%25D9%258A-%25D8%25B9%25D8%25A7%25D9%2585-2018>

91. منصة هولو وديزني وفوكس تتفق لخدمة بث تلفزيوني جديدة، 2016/11/09،

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2016/11/9/%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A9-%D9%87%D9%88%D9%84%D9%88-%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%B2%D9%86%D9%8A-%D9%88%D9%81%D9%88%D9%83%D8%B3-%D8%AA%D8%AA%D9%81%D9%82-%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A8%D8%AB-%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9>

92. مؤسس فيسبوك يكسر صمته بعد فضيحة تسريب بيانات المستخدمين، 2018/03/21،

<https://arabic.cnn.com/tech/2018/03/22/mark-zuckerberg-cambridge-analytica-response>

93. نتفليكس تضيف ثمانية ملايين مشترك لمنصته، 2018/01/23.

<https://arabic.cnn.com/tech/2018/01/23/netflix-earnings>

94. نتفليكس وزيادة عدد المشتركين برغم ارتفاع الأسعار <https://www.vapulus.com/netflix/>

95. نمط جديد لإظهار الأخبار السريعة على "تويتر"، 2017/04/25.

<http://www.mbc.net/ar/programs/mbc-news/technology/articles/%D9%86%D9%85%D8%B7-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%84%D8%A5%D8%B8%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%B9%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89--%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-.html>

96. هذه نظارة غوغل.. رهان غوغل على الواقع الافتراضي، 2018/01/14، 'Lenovo Mirage Solo'

<https://arabic.cnn.com/tech/2018/01/14/google-lenovo-mirage>

97. ياهو تغير اسمها لـ "التابا" و رئيستها تغادر الشركة، 2017/01/11.

<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2017/1/11/ل-اسمها-تغير-ياهو>

التابا-ورئيستها-تغادر-الشركة

98. ياهو .. السر وراء علامة التعجب، 2015/12/27.

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/27/%D9%8A%D8%A7%D9%87%D9%88>

99. يحدث في العالم: فيسبوك في معضلة كبيرة، 2018/03/26.

<http://arab.com.ua/ar/ydth-fy-aaliaalm-fysbqk-fy-milh-kbyrh>

100. يوتيوب تنافس شبكات التلفزيون ببث حي للمهرجانات الموسيقية، 2011/08/14.

<https://www.alitihad.ae/mobile/details.php?id=75608&y=2011>

101. يوتيوب تي في خدمة جديدة للبث التلفزيوني المباشر، 2017/03/01.

<https://www.skynewsarabia.com/technology/922834-بوتوب-تي-في-خدمة-جديدة-للث-التلفزيوني-المباشر>

102. يوتيوب يطلق "يوتيوب سبايس" بالتعاون مع مدينتي دبي للأستوديوهات، 2016/12/12.

alborsanews.Com/2016/12/12/943115

103. يوتيوب.. عملاق الفيديو الذي انطلق بـ"حديقة الحيوان"، 2016/06/05،

<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2016/5/14/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8-%D8%B9%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%8A-%D8%A7%D9%86%D8%B7%D9%84%D9%82-%D8%A8%D9%80-%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%8A%D9%88%D8%A7%D9%86>

104. Adam Hayes, **Facebook's Most Important Acquisitions**,

105. Alexis C Madriga, **What Facebook Did to American Democracy And why it was so hard to see it coming**, 2017,

106. Alexis Kleinman, **Amazon prime just Got way better with aton of old Hbo shows**, 04/04/2014

107. Alina Polyakova, **The Future Of Political Warfare: Russia, The West, And The Coming Age Of Global Digital Competition**, Brookings – Robert Bosch Foundation Transatlantic Initiative, 2018.

108. Amazon prime, **prime is fast Delivery and more looking for the prime video**, 16/06/2016, <https://www.amazon.co.uk/gp/prime/pipeline/landing>

109. Andreeva Nellie, **Mith Hunwints Inks Multi-year Deal with Netflix for New series**, Apr 22, 2014, deadline.com/2014/04/22/718382

110. Benjamin Mayo, **Video streaming race heats up, Amazon now offers its Prime Video service independent of Prime subscription for \$8.99/mo**, 18/04/2016, <https://9to5mac.com/2016/04/18/video-streaming-race-heats-up-amazon-now-offers-its-instant-video-service-independent-of-prime-subscription-for-8-99mo/>

111. **Cambridge Analytica: Facebook data-harvest firm to shut**, 02/05/2018,

112. Cbinsights, Infographic, **Google's Biggest Acquisitions**, 12/10/2017, <https://www.cbinsights.com/research/google-biggest-acquisitions-infographic/>

113. Chang Alvin, **The Facebook and Cambridge Analytica scandal, explained with a simple diagram**, 02/05/2018, <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>

114. **Comcast, Form 8.K, Current Report, Filing**, 31/01/2011, [Secdatabase.com/31/01/2011/ Report/](http://Secdatabase.com/31/01/2011/Report/)

115. **Current Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934, Comcast Corporation**, 28/01/2011, <http://edgar.secdatabase.com/241/95010311000353/filing-main.htm>

116. David Steele, **Google's YouTube Unplugged TV Service**, 12/01/2017,

117. **Definition of 'ISP (Internet Service Provider)**, visited on 12/12/2017 at 12:00, <https://www.investopedia.com/terms/i/isp.asp>

118. Dillet remain, **Facebook shares drop 4.4 percent following Cambridge Analytica debacle**, 19/03/2018,
119. Elyse Betters, **What is YouTube TV, Wich channels does it offer, and how does it work ?**, 12/03/2018,
120. **Facebook has lost \$70 billion in 10 days — and now advertisers are pulling out**, 26/03/2018,
121. **Facebook Journalism Project**, 2017,
<https://arar.facebook.com/communitystandards/>
122. **Facebook Journalism Project**, 2017; <https://transparency.facebook.com/>
123. **Fake News & Social Media, EuropCom 2017 – Media Literacy Workshop**, 2017,
124. Falcone Johnp, **Netflix watch Now :missing too much popular content**, 09/05/ 2017,
125. Felix Salmon, **Why Facebook should buy Twitter**, 05/04/2015,
https://fusion.tv/story/128613/why-facebook-should-buy-twitter/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=fusionnetwork&utm_content=link
126. Gary Levin, **Netflix chief bulks up on series hours**, 17/01/2016,
127. Gil Paul, **What Is Twitter & How Does It Work?**, 05/02/2018,
<https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>
128. Goldberg Lesley, **Netflix Sets Premiere Date for Jenji Kohan's 'Orange Is the New Black'**, 30/04/ 2013,
129. Heller Brittan, **What Mark Zuckerberg Gets Wrong—and Right—About Hate Speech**, 05/02/2018,
130. Hibberg James, **Marvel’s The Punscher Spin-off-ordered by Netflix**, 29/04/2016, www.ew.com/article/2016/04/29/punscher-marvel-netflix/
131. <http://arab-ency.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D9%88%D8%AB/%D9%85%D8%B2%D9%88%D8%AF-%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA>
132. **Hulu Advertisements**, 2017,
<http://web.archive.org/web/20180131023637/https://www.hulu.com/hulu-tv-ads>
133. Hunt Allcott, Matthew Gentzkow, **Social Media and Fake News in the 2016 Election**, *Journal of Economic Perspectives*, 2017,
<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>
134. Jessica Guynn, **Facebook, recognizing that it can be bad for democracy, is trying to end voter intervention before midterm**, 2018,

- <https://www.usatoday.com/story/tech/2018/01/22/facebook-tries-wipe-out-election-meddling-before-2018-midterms/1055710001/>
135. Jethro Nededog, **Insider Jerry Seinfeld’s 100 MD on dicision to jump to netflix**, 26 Janvier 2017, www.businessinsider.fr/us/jerry-seinfel-move-to-netflix-comedians-in-cars-getting-coffee-deal-2017-1
136. Kevin, **The Instagram Community-One Million Counting**, 20/12/2010, <http://instagram.tumblr.com/post/8755444024/the-instagram-community-one-million-and-counting>
137. Khan Mehreen, **Brussels plans crackdown on ‘fake news’ in social media**, 02/04/2018,
138. Kosoff Maya, **“Cambridge Analytica Is Just the Tip of the Iceberg”: Why the Privacy Crisis Is Bigger Than Facebook**, 16/04/ 2018,
139. Kurt Wagner, **Here’s why Facebook’s \$1 billion Instagram acquisition was such a great deal**, 09/04/2017, <https://www.recode.net/2017/4/9/15235940/facebook-instagram-acquisition-anniversary>
140. Langone alix, **Facebook’s Cambridge Analytica Controversy Could Be Big Trouble for the Social Network. Here’s What to Know**, 04/04/2018, <http://time.com/5205314/facebook-cambridge-analytica-breach/>
141. Larry Rohter, **Hulu commissions It’s first Original Scripted Programming**, 16/01/2012, <https://artsbeat.blogs.nytimes.com/2012/01/16/hulu-announces-first-original-script-based-program/>
142. Lauren Indivik, **Twitter Amplify will Bring Sponsored Video Clips to your feed**, 23/05/ 2013, <http://mashable.com/2013/5/23/twitter-amplify/KP3FCsU3sqW>
143. Littlon Cynthia, **‘Orange Is the New Black’ Renewed for 3 Seasons by Netflix**, 05/02/ 2016, <http://variety.com/2016/tv/news/orange-is-the-new-black-renewed-3-seasons-netflix-1201698227/>
144. Liz Shannon Miller, *New series the morning after Nudges Hulu Into Production*, 18/01/2011, <https://gigaom.com/2011/01/18/new-series-the-morning-after-nudges-hulu-into-production/>
145. Lucia Moses, **One year in, Facebook Journalism Project gets mixed reviews from publishers**, 2018.
146. Margaret Rouse , **technological convergence**, <https://searchconvergedinfrastructure.techtarget.com/definition/convergence>
147. Margaret Rouse, **ISP (Internet Service Provider)**, <https://searchwindevelopment.techtarget.com/definition/ISP>

148. Masters kim, The Netflix Backlash: Why Hollywood Fears a Content Monopoly?, September 14, 2016,
149. Matt Reynolds, **If you can't build it, buy it: Google's biggest acquisitions mapped**, 25/11/ 2017, <http://www.wired.co.uk/article/google-acquisitions-data-visualisation-infoporn-waze-youtube-android>
150. Natasha Lomas, **Fake news is an existential crisis for social media**, 18/02/ 2018
151. net.cdn.ampproject.org/v/s/www.enabbaladi.cdn.ampproject.org/v/s/www.enabbaladi.net/archives/96357/amp
152. Ng Alfred, **Senate summons Facebook, Google, Twitter CEOs over data privacy**, 26/03/2018,
153. Nicholas Carlson , At last — the full story of how Facebook was founded, 5/03/2010,
154. Peter Kafka, Zuckerberg : Facebook Will have Business Plan in three years, 10/10/2008 ,
155. Pogue David, **A stream of movies, sort of free**, 25/01/2007, <https://www.nytimes.com/2007/01/25/technology/25pogue.html>
156. Primack Dan, **Breaking: Facebook buying Instagram for \$1 billion** , 09/04/2012, <http://fortune.com/2012/04/09/breaking-facebook-buying-instagram-for-1-billion/>
157. Roger.F.Fidler, Media Morphosis : Understanding New Media, Sage Publications, Inc, 1 edition 1997/Media In Transition Project..1999/2000 Massachusetts Institute Of Technology, <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233413>
158. Romain Dillet , **Apple joins Amazon, Facebook, Google, IBM and Microsoft in AI initiative**, 27/01/ 2017, <https://techcrunch.com/2017/01/27/apple-joins-amazon-facebook-google-ibm-and-microsoft-in-ai-initiative/>
159. Sarah Jeong, Kaleigh Rogers, **Why Google Is Restructuring Now**, 11/08/ 2015, https://motherboard.vice.com/en_us/article/539v88/why-google-is-restructuring-now
160. Sarah Perez, **Twitter Acquires Machine Learning Startup Whetlab**, 17/06/ 2015, <https://techcrunch.com/2015/06/17/twitter-acquires-machine-learning-startup-whetlab/>
161. Staci.D.karmer, Its Official :Disney Joins News Corp, NbCu In hulu ;Deal Includes Some cable nets, 30/04/2009, <https://www.cbsnews.com/news/its-official-disney-joins-news-corp-nbcu-in-hulu-deal-includes-some-cable-nets/>

162. Stelter Brian, **Netflix to Stream Films From Paramount**, Lions Gate, MGM, 10/08/2010
163. Steve Toth, **66 Facebook Acquisitions – The Complete List (2018)**, 04/01/2018, <https://www.techwyse.com/blog/infographics/facebook-acquisitions-the-complete-list-infographic/>
164. Terry Flew, Media convergence, 2016, <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>
165. **The 75 best Tv shows Now in Hulu**, 03/052018, <https://amp.pastemagazine.com/articles/2017/03/the-75-best-tv-shows-on-hulu.html>
166. Thys John, **Le PDG de Facebook s’excuse devant le Parlement européen**, 22/05/2018,
167. Timothy B. Lee, **The end of the internet startup**, 11/07/2017, <https://www.vox.com/new-money/2017/7/11/15929014/end-of-the-internet-startup>
168. Tom Johansmeyer, Facebook’s Financials Revealed [FACEBOOK S-1], 01/02/2012, <https://www.business2community.com/facebook/facebooks-financials-revealed-facebook-s-1-0127737>
169. **Verizon’s Acquisition of Yahoo: Deal or No Deal?**, 8th Annual Brooks Case Competition – Spring, 2017.
170. web wise, Explained: what is fake news?, 2018, <https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/>
171. Weisbaum herb, **Trust in Facebook has dropped by 66 percent since the Cambridge Analytica scandal**, 18/04/2018,
172. www.google.com/amp/s/arabic.cnn.com/tech/2018/03/02/mark.zuckerberg-combridge-analytica-response%3famp#ampshare/
173. Margaret Rouse , **technological convergence**, <https://searchconvergedinfrastructure.techtarget.com/definition/convergence>
174. Terry Flew, Media convergence, 2016, <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>
175. http://numerisations.blogspot.com/2012/05/blog-post_9642.html?m=1/
176. <http://www.aljazeera.net/programs/withoutbounds/2015/10/27/%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%B7%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>

177. Roger.F.Fidler, Media Morphosis : Understanding New Media, Sage Publications, Inc, 1 edition 1997/Media In Transition Project..1999/2000 Massachusetts Institute Of Technology, <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233413>
178. Nicholas Carlson , At last — the full story of how Facebook was founded, 5/03/2010,
<http://www.businessinsider.fr/us/how-facebook-was-founded-2010-3#we-can-talk-about-that-after-i-get-all-the-basic-functionality-up-tomorrow-night-1>

الملاحق

الملحق رقم (01): الإستمارة

استمارة تحليل المضمون

أولاً: البيانات المتعلقة بالصفحة الخاضعة للتحليل:

صفحة مشروع فيسبوك للصحافة

اسم الصفحة

<https://Facebook.com/facebookjournalism>

الرابط على فيسبوك

مثال: 5 ماي 2018

تاريخ الزيارة

ثانياً: بيانات كمية للفئات و عناصرها من حيث الشكل

أ- طبيعة المادة المنشورة

روابط

نصوص

فيديو

صور

إعلانات

ب- استخدام الألوان

الأبيض

الأسود

الأزرق

ج- التفاعل مع الصفحة

عدد المشاهدات

المشاركة

التعليقات

الإعجاب

د- مدى التحيين:

من أسبوع إلى أسبوعين

من يومين إلى أسبوع

يوم

شهر

ثالثا: بيانات كمية للفئات وعناصرها من حيث المضمون

1. - فئات الموضوع:

أ- طبيعة المضامين الإعلامية:

تعليمية

ترويجية

إخبارية

تنقيفية

تحفيزية

ب- الجمهور المستهدف:

المعلمين

الناشرين

الجمهور العام للصفحة

-ج- فئات الاتجاه :

*.نحو الصحفيين:

إيجابي سلبي محايد

*نحو المعننين:

إيجابي سلبي محايد

*نحو الناشرين:

إيجابي سلبي محايد

-2- فئات الفاعل:

- أ- الأطراف الفاعلة في صياغة المادة الصحفية:

ناشرين معننين مستخدمين صحفيين
وهيئات إعلامية

-ب- فئة المصدر:

هيئات ناشرين معننين خبراء شركة فيسبوك
إخبارية

